



**FILOZOFICKÁ FAKULTA**  
**Univerzita Karlova**

Studia nových médií

## **Diplomová práce**

**Bc. Filip Štochl**

**Virtuální etnografie sociální interakce příslušníků  
Generace Z s vrstevníky během pandemie Covid-19**

**Virtual Ethnography of Social Interaction Among Generation Z  
During Covid-19 Pandemic**

Praha 2021

Vedoucí práce: Mgr. Michaela Slussareff, Ph.D.

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval samostatně, že jsem řádně citoval/a všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 28. července 2021

Jméno a příjmení

**Poděkování:**

Rád bych touto formou poděkoval především všem dobrovolníkům, kteří se do mého výzkumu buď sami zapojili, nebo mě odkázali na své kontakty. Bez nich by tato práce jen těžko vznikla. Dále bych chtěl poděkovat Mgr. Mirce Klosové za možnost realizovat část výzkumu na 11.ZŠ Vašatova a Michaela Slussareff Ph.D. za vedení práce a konzultace. Děkuji též mé rodině a blízkým za podporu během psaní.

**Klíčová slova (česky)**

PhotoVoice, pandemie, Covid-19, generace Z, výzkum, komunikační kanály

**Klíčová slova (anglicky):**

PhotoVoice, pandemic, Covid-19, generation Z, research, communication channels

## **Abstrakt (česky)**

Cílem této práce bylo prozkoumat aktuální trend a preferované komunikační kanály využívané pro sociální interakci s vrstevníky mezi zástupci generace Z s ohledem na pandemii Covid-19. V této práci se snažím zodpovědět otázky, zda se komunikační kanály pro sociální interakci změnily s ohledem na pandemii, jaké kanály a jak jsou substituovány a jak participanti tuto novou zkušenost vnímají s ohledem na své duševní zdraví. Práci otevírá studiem literatury a relevantních studií ohledně definice generace Z, používání technologií, komunikačních kanálů a dopadů pandemie na komunikaci generace Z. Na teoretickou část pak navazuje obsáhlá část výzkumná, v níž se snažím čtenáře blíže seznámit se zvolenou metodologií smíšených metod, výzkumným designem, sběrem dat a na závěr s analýzou a konkrétními výsledky. Z výsledku mého výzkumu pak především vyplývá, že osobní setkávání po restauracích, barech či klubech nejčastěji nahradily procházky či setkávání venku, srazy na bytech či společné hraní videoher. Většina z participantů tuto zkušenost s pandemií a omezením sociálních kontaktů vnímala negativně a objevovaly se u nich úzkostné stavy.

## **Abstract (in English):**

The aim of this thesis was to explore the current trend and preferred communication channels for social interaction with peers among members of Generation Z during the Covid-19 pandemic. In this thesis, I seek to answer the questions of whether communication channels for social interaction have changed in light of the pandemic, what channels are being substituted and how, and how participants perceive this new experience with respect to their mental health. I open the thesis with a study of the literature and relevant studies regarding the definition of Generation Z, how they use and perceive technology and communication channels, and the impact of the pandemic on Generation Z. The theoretical section is then followed by a comprehensive research section in which I seek to familiarize the reader with the chosen mixed methods methodology, research design, data collection and finally the analysis and results. First of all, the result of my research shows that face-to-face meetings in restaurants, bars or clubs were most often replaced by walking or meeting outside, meeting at flats or playing video games together. Most of the participants perceived this experience of the pandemic and the reduction of social contacts negatively and experienced anxiety because of that.

<b>1</b>	<b>Obsah</b>	
<b>2</b>	<b>ÚVOD</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>STUDIUM LITERATURY</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>VYMEZENÍ GENERACE Z</b>	<b>9</b>
4.1	GEN Z A TECHNOLOGIE	12
<b>5</b>	<b>PREFEROVANÉ KOMUNIKAČNÍ KANÁLY PŘED PANDEMIÍ</b>	<b>15</b>
<b>6</b>	<b>DOPADY KORONAKRIZE NA KOMUNIKACI</b>	<b>19</b>
<b>7</b>	<b>METODOLOGIE</b>	<b>20</b>
7.1	VÝZKUMNÉ OTÁZKY	21
7.2	MOTIVACE	21
7.3	FOCUS GROUPS NEBO SKUPINOVÉ ROZHOVORY	22
7.4	PHOTOVOICE	23
7.5	POLOSTRUKTUROVANÝ ROZHOVOR	24
7.6	DENÍKOVÉ STUDIE	25
<b>8</b>	<b>VÝZKUMNÝ DESIGN</b>	<b>25</b>
8.1	SKUPINOVÉ ROZHOVORY	28
8.2	DENÍKOVÉ STUDIE	29
8.3	PHOTOVOICE	29
<b>9</b>	<b>SBĚR DAT</b>	<b>30</b>
9.1	SKUPINOVÉ ROZHOVORY	30
9.1.1	<i>Základní škola Kunratice</i>	31
9.1.2	<i>Základní škola Vašatova v Kladně</i>	34
9.1.3	<i>Discord</i>	37
9.2	DENÍKOVÉ STUDIE	38
9.3	PHOTOVOICE	43
<b>10</b>	<b>ANALÝZA DAT</b>	<b>48</b>
10.1	SKUPINOVÉ ROZHOVORY	48
10.1.1	<i>ZŠ Kunratice</i>	49
10.1.2	<i>ZŠ Vašatova</i>	52
10.1.3	<i>Discord</i>	60
10.2	DENÍKOVÉ STUDIE	65
10.2.1	<i>1. indikace – frekvence komunikace</i>	66
10.2.2	<i>2. indikace – pocity z komunikace</i>	68
10.2.3	<i>3. indikace – příklady komunikace</i>	73
10.2.4	<i>indikace 4 – identifikace nejvýraznější komunikace</i>	75
10.3	PHOTOVOICE	79
<b>11</b>	<b>ZÁVĚR A DISKUSE</b>	<b>88</b>
11.1	DISKUSE	91
<b>12</b>	<b>LIMITY PRÁCE</b>	<b>92</b>
<b>13</b>	<b>DOPORUČENÍ PRO DALŠÍ VÝZKUM</b>	<b>92</b>
<b>14</b>	<b>SEZNAM LITERATURY</b>	<b>93</b>

## 2 Úvod

O pandemii Covid-19, která v České republice propukla začátkem jara 2020, bylo už mnohé napsáno. Ve veřejném prostoru se pak mluví především o dopadech na ekonomiku, zaměstnanost či politiku. Méně se však mluví o dopadech pandemie na vzdělávání, duševní zdraví či komunikaci, a to zejména u mladých lidí. Dle mého názoru zde stále chybí především sociologické práce, které by tato témata mapovaly a zkoumaly.

V této práci se pokouším odpovědět na otázku, zda koronavirová pandemie proměnila komunikační kanály, kde se dnešní mladí scházejí se svými vrstevníky a blízkými. Taktéž se zajímám o to, zda některé komunikační kanály byly něčím nahrazeny a jak se ohledně toho představitelé dnešní generace Z cítí po duševní stránce, tedy zda zkušenost s pandemií a nemožnost se do velké míry scházet s blízkými a kamarády měly dopad na jejich psychickou pohodu. Tyto kanály pak dělím na online a osobní, přičemž se snažím porozumět názorům a přístupům k oběma těmito kategoriím. Motivací pro napsání této práce mi do velké míry byla velmi omezená literatura a výzkumy, které by se tématu komunikace generace Z během pandemie věnovaly. Taktéž jsem si chtěl ověřit, zda platí hypotéza autorky Sherry Turkle z knihy *Alone Together* o tom, že mladí dávají ve vysoké míře přednost psané online komunikaci a kvůli ní poté upozaďují reálnou osobní komunikaci a setkávání s blízkými a kamarády (2017).

Tato práce by taktéž mohla být přínosnou pro všechny, kdo hledají více informací a příkladů použití metody PhotoVoice v českém prostředí, jelikož zejména u nás je informací a případových studií o této metodě jen velmi málo. Tuto metodu jsem aplikoval pro svůj vlastní výzkum na vybraných vzorcích chování zástupců generace Z. Vedle PhotoVoice jsem pro tento výzkum využil ještě metodu skupinových rozhovorů a deníkových studií.

Tuto práci nejprve otevíráím studiem literatury a relevantních studií ohledně definice generace Z, používání technologií, komunikačních kanálů a dopadů pandemie na komunikaci příslušníků generace Z. Na teoretickou část pak navazuje obsáhlá část výzkumná, v níž se snažím čtenáře blíže seznámit se zvolenou metodologií smíšených metod, výzkumným designem, sběrem dat a na závěr s analýzou a konkrétními výsledky.

### 3 Studium literatury

Pro lepší proniknutí do tématu bylo potřeba nastudovat dostupné zdroje literatury. V tomto studiu jsem se zaměřil zejména na následující okruhy:

- Vymezení generace Z
  - o Pohled na technologie
- Využívané komunikační kanály
- Dopady koronakrize na komunikaci

Při studiu literatury jsem pracoval se zdroji z období 2009–2021. Zdroje jsem vybíral dle jejich relevance k tématu a jejich hodnověrnosti. Při hledání pramenů jsem z výsledků předem vyřadil bakalářské, diplomové práce a některé nedůvěryhodné internetové zdroje.

Pro hledání odborných pramenů jsem zvolil vyhledávače odborných publikací: Google Scholar, JSTOR a UKAŽ. Pro vypracování této práce jsem použil celkem 41 zdrojů.

Vzhledem k vysoké aktuálnosti tématu a zkoumání trendů pro generaci Z nebylo k nalezení dostatek odborné literatury. Z toho důvodu jsem do rešerše zařadit i novinové články, reporty výzkumných agentur, blogové příspěvky a záznamy přednášek. Důraz byl kladen na kvalitu všech zdrojů.

Literaturu strukturuji metodologicky.



## 4 Vymezení Generace Z

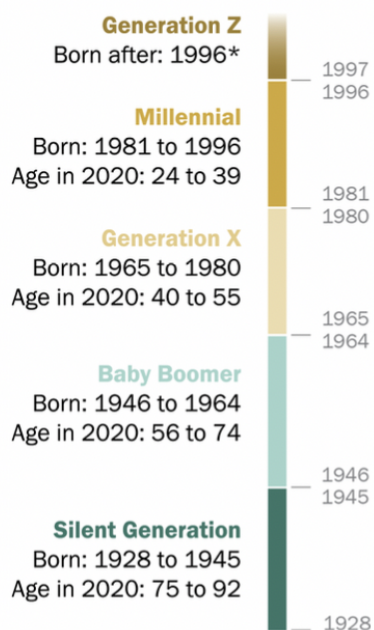
Než se zaměříme na komunikační kanály využívané generací Z, je dobré si ji nejprve vymežit a charakterizovat.

Generace Z, „iGen“, „Always On Generation“, „Zoomers“ či „Generation Anxiety“. (Pew Research Center, 2019; Twenge, 2017; Urban Dictionary, 2018; Tracy Briggs, 2020) Všechny tyto termíny je možné najít ať už v odborných publikacích, tak i v médiích. Všechny se snaží popsat generaci lidí narozených v druhé polovině devadesátých let.

Generace Z je nastupující generací po dnes již tolik skloňované generaci Mileniálů. Americké Pew Research Center, které se intenzivně zabývá sociologickým výzkumem napříč generacemi, přišlo s následujícím rozdělením generací na „Silent Generation“, „Baby Boomers“, „Generation X“, „Millennials“ a „Generation Z“ (viz Obrázek 1), přičemž nás v této práci bude zajímat generace zmiňována jako poslední. Pew Research Center dále definuje generaci Z jako všechny ty, kteří jsou narozeni po roce 1997.

---

## The generations defined



\*No chronological endpoint has been set for this group.

“On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Generation Z So Far”

PEW RESEARCH CENTER

---

Obrázek č.1: Vymezení generací dle Pew Research Center,  
2019

V časovém vymezení generace Z ovšem nepanuje konsensus. Statistics Canada tuto generaci ve svém výzkumném reportu vymezuje na rok 1993. (Martel L., Ménard F., 2011) Forbes tuto hranici posouvá ještě o dva roky na rok 1995 (Brown, 2020), v čemž se shoduje i s výzkumem společnosti Deloitte a jejich definicí věkového vymezení zástupců generace Z. (Gomez a kol. 2019)

Vzhledem k odbornosti a dlouhotrvajícím výzkumům amerického Pew Research Center, jsem tuto definici zvolil i pro vymezení mé cílové skupiny v praktické části.

Závěry jejich posledních výzkumů, které vycházejí z dat na vzorku 920 amerických teenagerů z roku 2018 a z dat národního výzkumu, který proběhl mezi 10 682 participanty staršími 18 let, hovoří o tom, že zatímco generace Mileniálů vyrostla v podmínkách krize a regrese, generace Z vyrostla za časů silné ekonomiky a rekordně malé nezaměstnanosti (nezapomínejme však, že tyto poznatky jsou vztažené k USA). To vše se však v koronavirové pandemii mění a generace Z tak vzhlíží k nejisté budoucnosti. (Parker, Igielnik, 2020)

Zdroje se pak shodují především v charakteristikách této sledované skupiny. Tato generace je vůbec první generací, která vyrostla s novými médii, jakými jsou počítač, mobilní telefon či internet. Bývají též označováni jako „digital natives“, protože technologie, internet a sociální sítě jsou pro ně něčím, s čím jsou pevně spjati a považují to často za samozřejmé. Zástupci této generace zažili události 11. září a ekonomickou krizi. Zatímco lidé předešlých generací slýchali o dopadech tragédií a válečných konfliktů především zprostředkovaně, tato generace si mohla díky internetu dohledat veškeré informace sama z pohodlí svého domova. Seemiller a kol. ve shrnutí své studie zmiňují, že studenti této generace popsali sami sebe jako věrné, přemýšlivé, soucitné, otevřené a zodpovědné. Oproti jiným generacím si také více uvědomují hodnotu vzdělání a ochrany přírody, nebojí se prosadit své nápady a přes mladý věk zakládají firmy a neziskové organizace (dobrým příkladem může být Greta Thunberg). (2016, s. 27-30) Beard ve své TEDx přednášce dodává, že tato generace je tou vůbec první, která je díky online platformám schopna oslovit tisíce lidí a plnit si tak své sny klidně ze svého dětského pokoje. (2019)

Z výše uvedeného tedy víme, že ač se pro zástupce generace Z může používat mnoho přezdívek, jde zejména o mladé lidi narozené v druhé polovině 90. let minulého století. Od

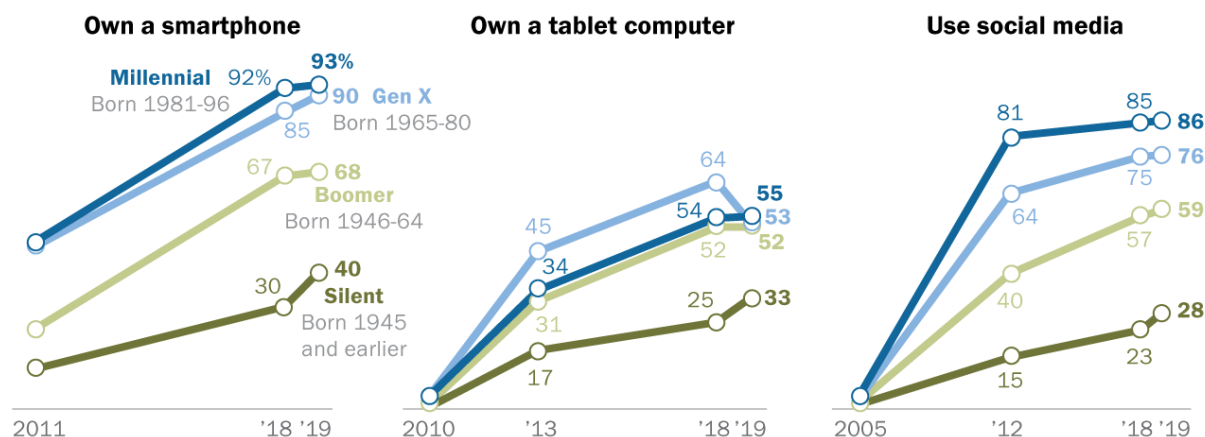
starších generací se pak odlišují především tím, že již od narození měli přístup k internetu, a tedy i k informacím a komunikačním kanálům, které dříve zastupovala jiná média. Zaměříme se nyní na jejich vztah k technologiím, které s využíváním internetu úzce souvisí.

#### **4.1 Gen Z a technologie**

Dle mnoha studií tito lidé preferují mobilní technologie, jež jim dovolují zůstat neustále v kontaktu kdykoliv a kdekoliv. (Palley, 2012) Dle výzkumného reportu společnosti Dell Technologies zkoumající generaci Z na 12 086 respondentech ze 17 zemí, 98 % dotázaných použilo technologie pro své formální vzdělání a 97 % vyslovilo souhlas s důležitostí technologické gramotnosti. (2020) Tento výzkum dobře ilustruje, nakolik jsou pro tuto generaci technologie důležité. To by se však jen těžko obešlo bez osvojení konkrétních technologií. Pakliže se podíváme na déle zkoumanou předchozí generaci Mileniálů v Americe, 93 % z dotazovaných v roce 2019 vlastnilo smartphone a 86 % používalo sociální média (viz Obrázek 2). Tyto výsledky byly nejvyšší napříč všemi ostatními sledovanými generacemi a zároveň adopce této technologie skokově vzrostla od začátku sledování, tj. od roku 2011. Toto zjištění nás tedy přivádí k hypotéze, že adopce technologií nastupující generace Z musí být minimálně obdobná či dokonce ještě vyšší. (Jiang, 2018)

## Millennials lead on some technology adoption measures, but Boomers and Gen Xers are also heavy adopters

% of U.S. adults in each generation who say they ...



Note: Those who did not give an answer are not shown.

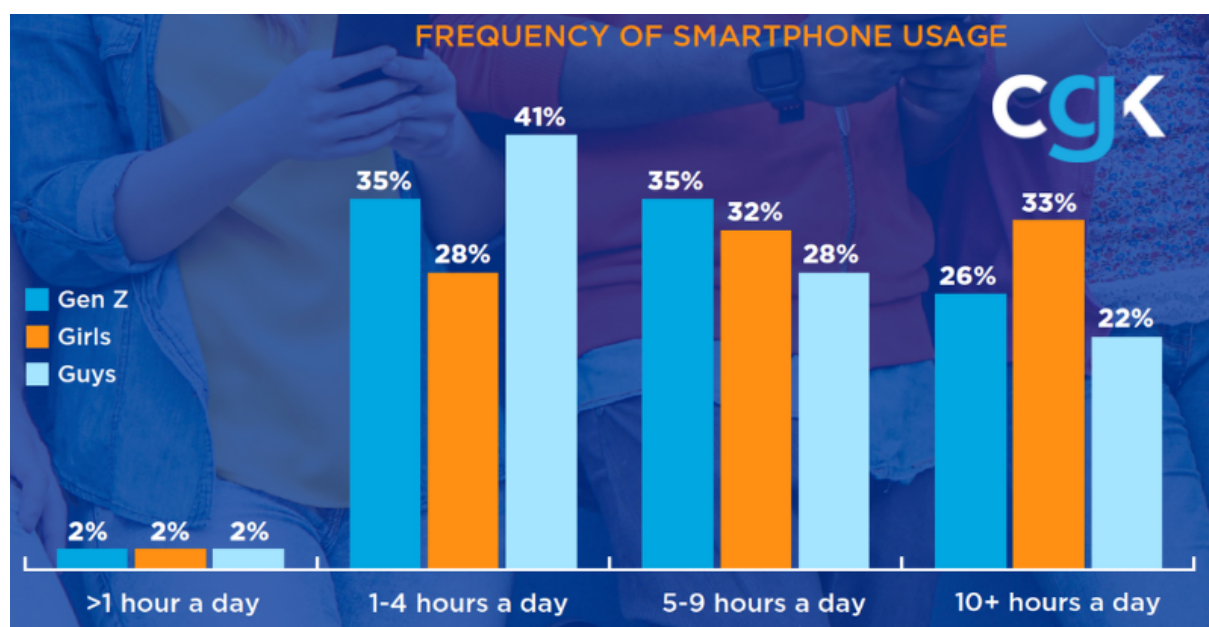
Source: Survey conducted Jan. 8 - Feb. 7, 2019.

PEW RESEARCH CENTER

Obrázek 2: Adopce smartphonů, tabletů a sociálních médií mezi generacemi, Pew Research Center, 2018

Dle dotazníkových šetření penetrace smartphonů v populaci, a u mladých lidí zejména, za posledních několik let výrazně vzrostla. U amerických dospělých se během 8 let od roku 2011 do roku 2019 počet vlastníků smartphonu zvýšil skoro o polovinu (46 %) a z původních 35 % vlastnilo roku 2019 chytrý telefon již 81 % populace. Ve věkové kategorii 18-29 jej k roku 2019 vlastnilo 96 % američanů. (Pew Research Center, 2019). Rozdílné to není ani u nás v České republice, v roce 2019 používalo smartphone 99 % mladých ve věku 16-24, zdaleka nejvíce ze všech sledovaných věkových skupin, a 96 % z této věkové skupiny pak používalo smartphone pro přístup k internetu. (Český statistický úřad, 2020) Stoupající míra využití mobilních zařízení pro přístup k internetu je poměrně logická a souvisí s tendencí upřednostňovat ta zařízení, která si díky jejich kompaktním rozměrům můžeme vzít téměř kamkoliv. Evropský výzkum Eurostat uvádí, že v roce 2019 používalo mobilní zařízení pro přístup na internet mimo školu a domov 93 % respondentů ve věkové kategorii 16-29 (mobilní telefon drží 92 %, laptop pak podstatně menších 52 %). Pro představu – tento ukazatel byl v evropských státech v roce 2014 78 %. (Eurostat, 2020) Mladí se tedy výrazně přesouvají ze svých laptopů právě na telefony.

Dle kvantitativního výzkumu “State of Gen Z” 2018, který se jako jeden z mála proběhlých výzkumů zabývá pouze zástupci sledované generace, zjišťuje, že z 1000 participantů ve věku 13-22 vlastní smartphone 95 % z nich. (GCK, 2018) Taktéž se snižuje hranice věku pro pořízení prvního smartphonu. Polovina dětí ve věku 10 let vlastní smartphone a mezi 9. a 10. rokem se adopce této technologie zdvojnásobuje, přičemž jedním z faktorů je větší samostatnost dětí s přechodem na druhý stupeň základní školy. (Ofcom, 2019) Generace Z tuto technologii nepoužívá nárazově, nýbrž konstantně po celý den. Polovina respondentů používá svůj smartphone 5 a více hodin denně, přičemž 26 % jej používá dokonce 10 hodin a více. (GCK, 2018) To jsou poměrně vysoké, avšak v dnešní době nepříliš překvapivé hodnoty (viz. Obrázek č.3)



Obrázek č.3: Frekvence používání smartphonu generací Z, GCK, 2018

K rostoucímu času před obrazovkami, který jim generace Z věnuje, je nutné dodat, že prokazatelně roste i čas tzv. multitaskingu mezi médii, tedy aktivitě prohlížení a přepínání mezi více médii či aktivitami naráz. Respondenti ve výzkumu pro Business Insider odpověděli, že se vždy věnují alespoň dvěma činnostem naráz. (Green, 2019) Uživatelé většinou takto přepínají mezi několika obrazovkami, přičemž jich za den mohou vystřídat i více. Nejčastěji se mluví o využívání elektronických zařízení společně se sledováním televize – například používání smartphonu, tabletu či laptopu. (Segijn a kol., 2017).

Dle psychologických studií však může toto nadměrné vystavování se zářícím obrazovkám způsobit hned několik věcí, mimo jiné poruchy paměti v souvislosti se zhoršeným vybavováním si informací (Madore a kol., 2020) či zhoršení výsledků ve škole následkem nežádoucího multitaskingu při učení (Uncapher a kol., 2017). Na druhou stranu, výsledky některých studií naznačují, že pro nejlepší výkon je ideální střední, kontrolovaná míra multitaskingu mezi médii. (Shin a kol., 2020) Nejlépe prokázána je pak nejspíše souvislost mezi dlouhým sledováním obrazovek během nočních hodin a kvalitou spánku (Hale a kol. 2018), a to z toho důvodu, že obrazovky těchto zařízení vyzařují modré světlo, které potlačuje tvorbu hormonu melatoninu, jenž nám pomáhá dodržovat náš vnitřně nastavený cirkadiánní rytmus. Odborníci proto často doporučují, abychom se 2-3 hodiny před ulehnutím ke spánku tomuto záření, a tedy používání elektronických zařízení, vyhnuli. (Harvard Health Letter, 2020)

Jak tedy plyne z proběhlých výzkumů, generace Z je s využitím online technologií vysoce propojená, upřednostňuje mobilní zařízení, jako jsou smartphony či tablety před zařízeními, která tolik mobilní nejsou, jako jsou stolní počítače či notebooky. Se smartphony mladí tráví více a více času a také je i nejčastěji vlastní. Vysoce se věnují multitaskingu a mezi jednotlivými médii či aktivitami takřka neustále přepínají. Neustálé sledování zářících obrazovek může vyústit až v problémy s pamětí či problémy s usínáním a celkovou kvalitou spánku.

## **5 Preferované komunikační kanály před pandemií**

S vysokým napojením na online technologie a platformy úzce souvisí i preferované komunikační kanály, které tato generace využívá. Aby bylo možné pozorovat eventuální proměny v komunikaci s ohledem na koronavirovou pandemii, zaměřil jsem se nyní na sběr poznatků o situaci před pandemií.

Dle Ahmedova výzkumu na amerických studentech starých 18-20 let bezmála polovina dotázaných (přesně 46,74 %) respondentů tráví většinu svého času mediovanou komunikací skrze platformy, jako jsou smartphone, e-mail, textové zprávy, chat, sociální média apod. Pouze 16,86 % po většinu času komunikuje tváří tvář. (2019)

O tomto fenoménu píše i Turkle ve své přes 10 let staré knize *Alone Together*. Na základě etnografie a rozhovorů s teenagery dochází k závěrům, že mladí upřednostňují především

textovou, mediovou komunikaci, a to zejména proto, že se cítí mít komunikaci více pod kontrolou. Online komunikace jim totiž umožňuje ignorovat emoce, které jsou s komunikací tváří v tvář často spojené, a zároveň chybí oční kontakt či řeč těla. (2011, s.128)

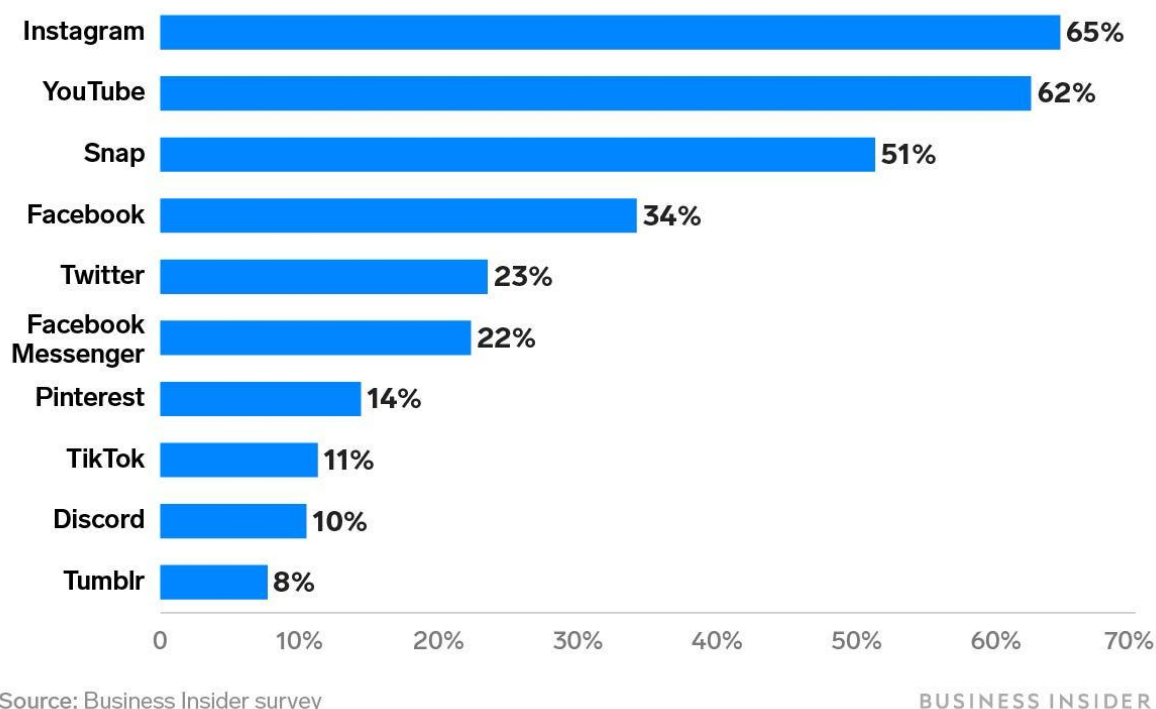
Podobný názor sdílí ve své knize i Twenge. Ten na základě dat dokládá, že obliba chodit na párty a večírky za posledních cca 40 let u mladých náctiletých strmě klesá, a nejen to, klesá i časté osobní setkávání s vrstevníky. Zástupci této generace chodí celkově méně ven, ať již to znamená jít na rande, do kina, baru či do nočních klubů. Neznačená to však, že by všichni svůj čas trávili doma s rodinou, jen se přesunuli k obrazovkám svých mobilních zařízení. Komunikaci tváří v tvář dle něj nahradila elektronická komunikace a sociální média. (2017, s.175-182)

Nesmíme však na upřednostňování mediové komunikace skrze sociální sítě či jiné platformy hledět pouze negativně. Některé publikace hovoří o tom, že pro řadu dětí a mladých lidí mohou být v různých kontextech právě online platformy jednou z mála možností, jak se socializovat se svými vrstevníky. Důvody se mohou různit – nabití denní rozvrhy činností, bydlení mimo město či školu, přísní rodiče. Tyto mediové interakce pak v řadě případů nahrazují či doplňují komunikaci a scházení se tváří v tvář právě tam, kde to není tak často možné. Mladí si tuto skutečnost navíc uvědomují a není pro ně nezvyklé scházet se online. Naopak, adopce sociálních sítí je u nich natolik vysoká, že ti, kteří žádné sociální sítě nepoužívají, se mohou cítit vynecháni. (Boyd, 2014) Tomu nahrává i několikrát zmiňovaný trend konstantního napojení na online svět. Dle dat z roku 2018 je k internetu takřka neustále připojeno 45 % amerických teenagerů, a navíc lze předpokládat, že toto číslo nadále rostlo a dále poroste. (Andreson, Jang, 2018)

Pakliže se podíváme na nejvíce používané sociální platformy před pandemickým rokem 2020, dle výzkumu Business Insider americká generace Z nejčastěji používala Instagram (65 %), Youtube (62 %) a Snapchat (51 %) (celý graf viz. Obrázek č.4). V tomto případě je však nutné podotknout, že ne všechny sociální sítě slouží primárně ke komunikaci mezi uživateli a motivace pro používání té či oné sociální sítě se mohou různit. (Green, 2019)



## Which social media platforms Gen Z checks on a daily basis



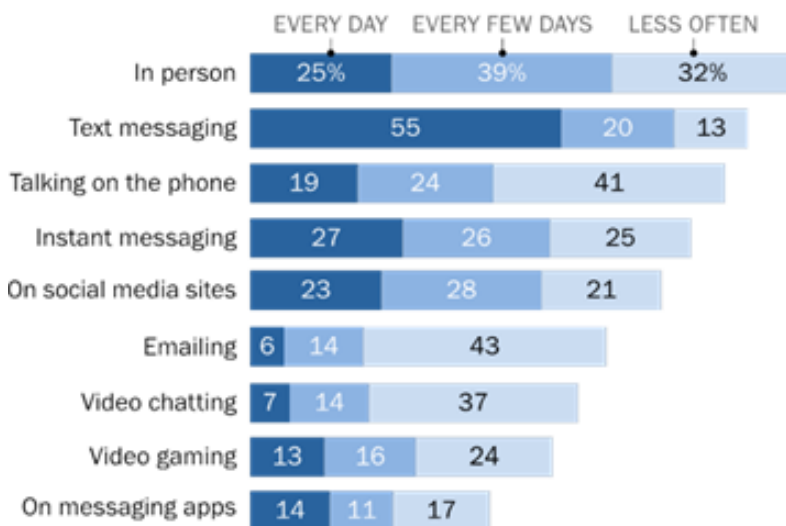
Obrázek č.4: Sociální sítě používané na denní bázi generací Z, Business Insider, 2018

Bohužel, nové výzkumy častokrát jen identifikují nepoužívanější sociální platformy a již tolik nezkoumají, jak přesně a pro jaké účely jsou využívány. Pro relevantní poznatky se tak musíme spoléhat na několik let staré zdroje. Amanda Lenhart z Pew Research Center ve svém výzkumu z roku 2015 provedeném na 1009 účastnících poznamenává, že nejčastějšími místy pro socializaci teenagerů jsou škola (83 %), kamarádův dům/byt (58 %) a online platformy (55 %). Zajímavé je pak především, že zatímco takřka většina (95 %) tráví se svými přáteli čas mimo školu alespoň příležitostně, pouze čtvrtina dotázaných tento osobní kontakt dokáže udržovat na denní bázi. V tento moment tak přicházejí na řadu jiné možnosti, jak udržovat kontakt se svými přáteli bez fyzické přítomnosti zúčastněných. Většina teenagerů pro komunikaci s přáteli používala textové SMS zprávy (88 %), na druhém místě byly telefonní hovory (85 %) a na místě třetím instant messaging (79 %). Studie dle mého názoru poměrně nešťastně zvolila možnosti odpovědí – „instant messaging“, „social media“ a „messaging apps“, tyto termíny mohou znamenat takřka totéž a mohou se překrývat. Procento teenagerů využívajících online platformy pro textové zprávy může být tedy ještě vyšší než uvedená procenta. (viz. Obrázek č. 5) (Lenhart, 2015)

---

## More than Half of Teens Text With Friends Daily

*% of all teens who spend time with friends...*



Source: Pew Research Center Teens Relationships Survey, Sept. 25-Oct. 9, 2014, and Feb. 10-March 16, 2015. (n=1060 teens ages 13 to 17.)

**PEW RESEARCH CENTER**

---

*Obrázek č.5 Jakými způsoby mladí komunikují se svými kamarády,*

*Pew Research Center, 2015*

Pakliže se zaměříme na psychologické poznatky, dozvíme se, že sociální interakce a trávení času s vrstevníky je v období dospívání velmi důležité pro pozdější osamostatnění a zdravé budování vztahů mimo rodinu. (Lerner & Steinberg, 2009) Sociální izolace a nedostatek sociální interakce v tomto věku může vést k pocitům osamocení a depresím. (Laursen a kol, 2013)

Z literatury se tedy zdá, že zdánlivý úpadek osobní komunikace a osobních interakcí nemusí nutně znamenat extrémní či senzachtivé závěry, že mladí již osobní kontakt nevyhledávají či se cíleně uchylují do sociální izolace. Online platformy nabízí vícero forem komunikace a spíše to vypadá, že pomáhají udržovat kontakty a vztahy mezi lidmi v případech a situacích, kdy osobní kontakt není možný či je jakkoliv ztížen (prací, názory rodičů, vzdáleností apod.). Mladí lidé jsou si této skutečnosti vědomi a považují ji za samozřejmou, online socializace mezi nimi

není takřka nikterak stigmatizována, naopak je jimi upřednostňována pro snadnější kontrolu, emoční nezabarvenost a okamžitou dostupnost. Nesmíme však zapomínat na skutečnost, že osobní kontakt v období dospívání je zásadní pro pozdější rozvoj a že nedostatek osobně prožívaných podnětů může vést ke zhoršení duševního zdraví.

## **6 Dopady koronakrize na komunikaci**

Pakliže jsme zjistili, že některé dříve osobní sociální interakce jsou úspěšně nahrazovány těmi virtuálními, jak se tato skutečnost změnila s ohledem na koronavirovou pandemii, která mnoho zástupců generace Z odřízla od častých kontaktů?

Dle kvantitativního výzkumu společnosti Zebra IQ, američtí zástupci generace Z v časech pandemie více využívají video hovorů pomocí aplikací FaceTime (65 %) a Zoom (9 %), aby zůstali v kontaktu se svými kamarády. Taktéž se zvýšilo využívání sociálních sítí, 21 % uživatelů cítí, že více než dříve používají TikTok, 19 % pak Facebook, 16 % Instagram a 10 % Youtube. (Zebra IQ, 2020) To potvrzuje i britská kvalitativní studie, která došla k závěru, že socializace mezi vrstevníky se společně s lockdowny přesunula převážně do online prostředí různých digitálních aplikací (autoři taktéž zmiňují obrovskou popularitu aplikace TikTok). Mladí se snaží substituovat své dřívější aktivity a návyky online. S nemožností pravidelně se scházet se svými blízkými se pak vypořádávají různě. Někteří si osvojili pořádání pravidelných videohovorů s přáteli, jiní hrají více videohry, kde se mohou alespoň virtuálně sejít se svými kamarády. Také se více objevuje tendence vynucování pozornosti na sociálních sítích. Pod tím si můžeme představit například časté změny profilových obrázků či publikování selfie fotek v zrcadle. (Ofcom, 2020)

Obliba pak stoupá hlavně online platformám, které umožňují vícero způsobů, jak s ostatními komunikovat. K těmto způsobům patří například chat, hlasový chat, videohovory či možnost zakládání herních serverů pro společné hraní videoher. Takové možnosti dávají svým uživatelům dnes stále více a více populární platformy jako jsou Discord či Roblox. Ty umožňují vytváření virtuálních místností, které svým způsobem kopírují a nahrazují prostory, které mladí využívali pro scházení se s kamarády dříve, například kavárny, dětské a obývací pokoje, knihovny či obchodní domy. (Lange, 2020) Dle dotazníku pro uživatele platformy Roblox, 52

% uživatelů ve věku 13-18 uvedlo, že během pandemie tráví se svými kamarády, které znají osobně, stejně či více času pomocí aplikace Roblox či jiných online platform pro konverzaci/hraní her, přičemž jedna z jejich hlavních motivací pro využívání těchto služeb je zachování možnosti povídat si se svými přáteli. (Roblox, 2020)

Dle nedávné italské studie je udržování sociálních kontaktů pomocí online platform coby náhrady osobního kontaktu velmi důležité pro zachování dobrého duševního zdraví. (Pancani a kol., 2020) Mladí lidé si uvědomují slábnutí svých vztahů s ostatními – již nezažívají kontakt s tou samou sítí přátel a známých, tedy kolikrát i prchavých vztahů, na které byli zvyklí ve svém každodenním životě před pandemií. Ztrácejí své každodenní rutiny a tradice, jako je trávení času s kamarády, poslední školní den, ples či psaní testů společně ve třídě a dny se pro ně stávají čím dál víc stejné bez jakýchkoliv zvrátů a vzrušení. (Demkowicz, 2020) S přesunem socializace do online světa souvisí i další nárůst času stráveného před obrazovkami napříč takřka všemi věkovými skupinami. U studentů, kam spadá většina zástupců generace Z, můžeme předpokládat ještě vyšší nárůst tohoto ukazatele, vzhledem k tomu, že výuka až na výjimky probíhá distančně online. (Sultana a kol., 2021)

Koronavirová pandemie a dlouhodobá strategie sociálního distancování mají nepopiratelné dopady na komunikaci generace Z, která se přesunula na různé online platformy. Narůstá jak čas strávený na sociálních sítích, tak celkový čas strávený před obrazovkami. Z proběhlých studií můžeme pozorovat snahu zachovat si kontakt a vztahy se svými kamarády či vrstevníky i v online prostředí. Generace Z se snaží nahrazovat tradice scházení pravidelnými virtuálními (video)hovory, herními seancemi či dalšími aktivitami, které nahrazují dříve probíhající socializaci v institucích jako jsou škola, knihovna, kamarádův dům apod.

## **7 Metodologie**

V této části práce bych chtěl vysvětlit zvolenou metodologii, kterou jsem pro řešení práce použil. V této kapitole jsou popsány výzkumné otázky, které jsem zvolil pro prozkoumání vybraného tématu, má motivace o tomto tématu vůbec psát a v poslední řadě i rozepsané teoretické ukotvení jednotlivých metod, které bych rád ve vlastním výzkumu použil.

## 7.1 Výzkumné otázky

Aby bylo možné téma komunikačních kanálů Generace Z a jejich proměny během pandemie Covid-19 blíže zkoumat, bylo nutné nejprve si definovat výzkumné otázky, které se svým výzkumem budu snažit zodpovědět.

Tyto otázky jsem nastínil již v samotném zadání diplomové práce. Jsou to tyto tři:

- **Proměnily se komunikační kanály Generace Z během pandemie?**
- **Jaké kanály to jsou a jak jsou substituovány?**
- **Jak participantů tuto novou zkušenost vnímají s ohledem na své duševní zdraví?**

Na tyto výzkumné otázky se budu snažit odpovědět především svým vlastním výzkumem za pomoci metodologie, kterou jsem zvolil.

## 7.2 Motivace

Myšlenku na zpracování tohoto tématu jsem dostal ve chvíli, kdy jsem se začel do knihy *Alone Together* od Sherry Turkle, kterou jsem měl v povinné četbě k přijímacím zkouškám. Závěry, k nimž ve své knize dochází, nejsou totiž pro generaci teenagerů vůbec lichotivé. Část knihy věnovaná komunikaci teenagerů se tak nese na poměrně pesimistické vlně konstatování, že mladá generace obecně začíná upřednostňovat online, zprostředkovanou formu komunikace se svými přáteli před komunikací osobní. Mladí lidé v knize zmiňují, že online komunikace je pro ně volnější, není zabarvená city a řečí těla, a taktéž jim dává větší svobodu a volnost v tom, jak budou vlastně reagovat, protože je nenutí reagovat ihned, tak jako komunikace tváří v tvář či telefonní hovor, ale mohou si své odpovědi lépe promyslet nebo svoji odpověď klidně odložit. (2011) Je třeba poznamenat, že autorka vůbec nezkoumala možnosti videohovorů, nejspíše z toho důvodu, v jakém roce byla kniha napsána. I proto jsem chtěl toto téma lépe poznat v kontextu českého prostředí a českých mladých, abych si ověřil, zda jsou depresivní domněnky Sherry Turkle stále platné i po 10 letech od vydání její knihy a v našem prostředí.

Inspirací pro vybranou metodologii mi byla kniha Mizuko Ito a kol. *Hanging Out, Messing Around, Geeking out*, kterou mi k mému tématu doporučila vedoucí práce. Ta se snaží proniknout do každodenní interakce teenagerů s novými médii, jako jsou videohry, posílání textových zpráv, produkce digitálních médií a používání sociálních sítí. Vzhledem ke svému širokému záběru přistoupil kolektiv autorů k opravdu masivní kombinaci jak kvalitativních, tak kvantitativních metod pro výzkum a následnou triangulaci dat. Kniha zmiňuje například etnografické zúčastněné pozorování, dotazníková šetření, polostrukturované rozhovory, deníkové studie, skupinové rozhovory, ale i obsahovou analýzu médií – internetových profilů, fór, videí a dalších materiálů, které pomohly výzkumníkům proniknout hlouběji do zkoumaného tématu. (2013, s. 357)

I já bych tedy ve svém výzkumu chtěl jít cestou kombinace metod a nespoléhat se pouze na vstup, ať již ryze kvalitativního, či kvantitativního výzkumu. Kniha Mizuko Ito dobře ukázala, že tato metodologie může velice dobře fungovat právě v případech, kdy se pouštíme do složitých a komplexních témat. Samozřejmě nemám v této diplomové práci ambice replikovat obrovský vzorek dat a dlouhodobou výzkumnou práci několika akademických výzkumníků, ale rád bych tento případ považoval za vzor, kterému bych se rád přiblížil.

### **7.3 Focus groups neboli skupinové rozhovory**

Metoda Focus groups či skupinových rozhovorů (česky také ohniskové skupiny), je metodou kvalitativního výzkumu, jež se hojně využívá při pronikání do složitějších témat. Umožňuje poskytnout odpovědi na naše výzkumné otázky ve formě důvodů a pocitů skupiny zkoumaných jedinců. Metodologicky se jedná o moderovaný skupinový rozhovor s cca 3-15 lidmi, jehož téma je předem dané. Rozhovor zpravidla trvá mezi 1-3 hodinami. (Reichel, 2009) Kamberialis a Dimitriadis ve své obsáhlé knize věnované této metodě zmiňují, že se krom sociologických výzkumů často využívá také při terapeutických sezeních, v ošetrovatelských institucích či v marketingovém výzkumu. Jelikož je tato aktivita skupinová, nabízí nám neopakovatelnou dynamiku a možnosti odpovědí participantů, což je její největší výhoda oproti dalším kvalitativním metodám. Mezi další výhody pak patří i skutečnost, že během relativně krátkého sezení jsme schopni sebrat poměrně velký vzorek dat. (2013)

Pro svůj výzkum vidím ve focus groups význam hlavně pro úvodní část celého výzkumu, kde může tato metoda přinést důležité prvotní informace pro bližší seznámení s tématem. Tyto informace pak mohu využít pro lepší definice výzkumných otázek pro individuální polostrukturované rozhovory a lepší výzkumný design metody PhotoVoice. Celý výzkum bych tedy rád otevřel právě touto metodou.

## 7.4 PhotoVoice

PhotoVoice je patrně nejmladší metodou v mém seznamu, protože vznikla až v devadesátých letech, kdy ji popsala dvojice výzkumníků Wang a Burris. Jedná se o participativní výzkumnou metodu, jež v sobě kombinuje etnografické techniky s fotografiemi, které pořizují sami participanti. Ti jimi reflektují své zažívané zkušenosti a skrze ně prezentují svoji kulturu, obavy své komunity a případné sociální problémy, jenž řeší. PhotoVoice je nejčastěji používána ve vzdělávání, disability studies či ve výzkumech mapujících uprchlíky a veřejné zdraví. Zjednodušeně řečeno, v této metodě necháváme vést výzkumný proces samostatné participanty, kteří pomocí fotografií vypráví svůj příběh a každodenní zkušenost na předem zadané téma. (Sutton-Brown, 2014) Ačkoliv zde není žádné rigidní doporučení, jak tuto metodu přesně použít, Wang definovala následující kroky, které by měly být obsažené v každém provedení této metody:

1. Výběr a nábor cílové skupiny
2. Nábor skupiny participantů pro metodu PhotoVoice
3. Představení metodologie PhotoVoice participantům a facilitace skupinové diskuse
4. Získání informovaného souhlasu
5. Definice vstupního tématu pro pořizování snímků
6. Distribuce fotoaparátů pro participanty a vysvětlení, jak je používat
7. Poskytnutí času na pořizování snímků
8. Diskuse nad snímky
9. Naplánování skupinového setkání se všemi participanty, v němž každý nasdílí své fotografie a příběhy

(Wang, 1999)

Tuto metodu jsem si pro svůj výzkum vybral z několika důvodů. Prvním důvodem je stále probíhající koronavirová pandemie a její politika sociálního distancování, která značně ztěžuje provedení téměř jakéhokoliv výzkumu na osobní bázi. Ačkoliv jsem chtěl do výzkumné části zpracovat klasické etnografické pozorování, v současné situaci to není možné či velice komplikované. Musel jsem tedy přemýšlet nad způsoby a metodami, které mi dovedou doručit relevantní a nepřiliš zkreslená data i kompletně online, či případně s velice omezenou možností kontaktu s vybranými participanty. Druhým důvodem je pak touha vyzkoušet tuto stále poměrně novou a u nás neznámou metodu osobně ve vlastním výzkumu. Mám taktéž osobní domněnku o tom, že nechat takto „mluvit“ generaci Z skrze vizuální formu je lepší, a pro ně samotné přístupnější než výzkum vést tradiční formou například rozhovorů doplněných o dotazník. Rád bych tedy na této metodě vystavěl samotné jádro výzkumu, které ostatní zmíněné metody budou doplňovat. Zároveň jsem si ale vědom limitů tohoto přístupu v současné situaci a nejsem si jistý, zda bude možné splnit veškeré její doporučované metodologické kroky – jmenovitě například závěrečné skupinové sdílení a diskuse s účastníky výzkumu.

## **7.5 Polostrukturovaný rozhovor**

Rozhovor je pro mě základní výzkumnou metodou kvalitativního výzkumu. Vybral jsem si jej pro jeho výhody, které Hendl shrnuje jako dobré porozumění zkušenosti participantů a hloubkový popis případů. Dobře provedený kvalitativní rozhovor umožňuje navrhnout teorie, studovat procesy a souvislosti. Mezi obecně známé nevýhody pak patří především časová náročnost pro sběr dat a to, že výsledky jsou snadno ovlivnitelné samotnou osobou výzkumníka (Hendl, 2005).

V tomto případě bych rád postupoval metodou polostrukturovaného rozhovoru, jež mi nabízí dostatečnou volnost s ohledem na zvolené téma a jeho komplexitu. Polostrukturovaný rozhovor nám dovoluje vytvořit tématické okruhy, které budeme při rozhovoru s participantem procházet a dovoluje nám klást doplňující otázky, či některé nepoložit vůbec. Takový rozhovor je tedy celkově flexibilnější a volnější než rozhovor strukturovaný, u něhož je nutné držet se předem dané linky. (Zhang, Wildemuth, 2009)

Zajímavý je pak i rozměr, kdy jsou polostrukturované rozhovory doplněné o ty skupinové (focus groups). Zatímco polostrukturovaný rozhovor stojí na interakci výzkumníka



s participantem, focus groups stojí na interakci mezi participanty. Dle Longhursta je tak kombinace obou těchto metod užitečná, pokud zkoumáme složitější struktury chování, názorů a emocí. Kombinace obojího nám tak dovoluje prozkoumat různorodé zkušenosti a proniknout do toho, co lidé dělají a co si myslí. (2003)

Ve vztahu k tomuto výzkumu bych polostrukturované rozhovory využil při metodě PhotoVoice, kde jedna z jejích částí je rozhovor s participanty o fotkách, jež pořídili. Rozhovory však mohou doplnit výzkum i v případě, kdy budou nějaká data chybět či pokud se objeví zajímavé informace, u kterých by se vyplatilo jít do větší hloubky.

## **7.6 Deníkové studie**

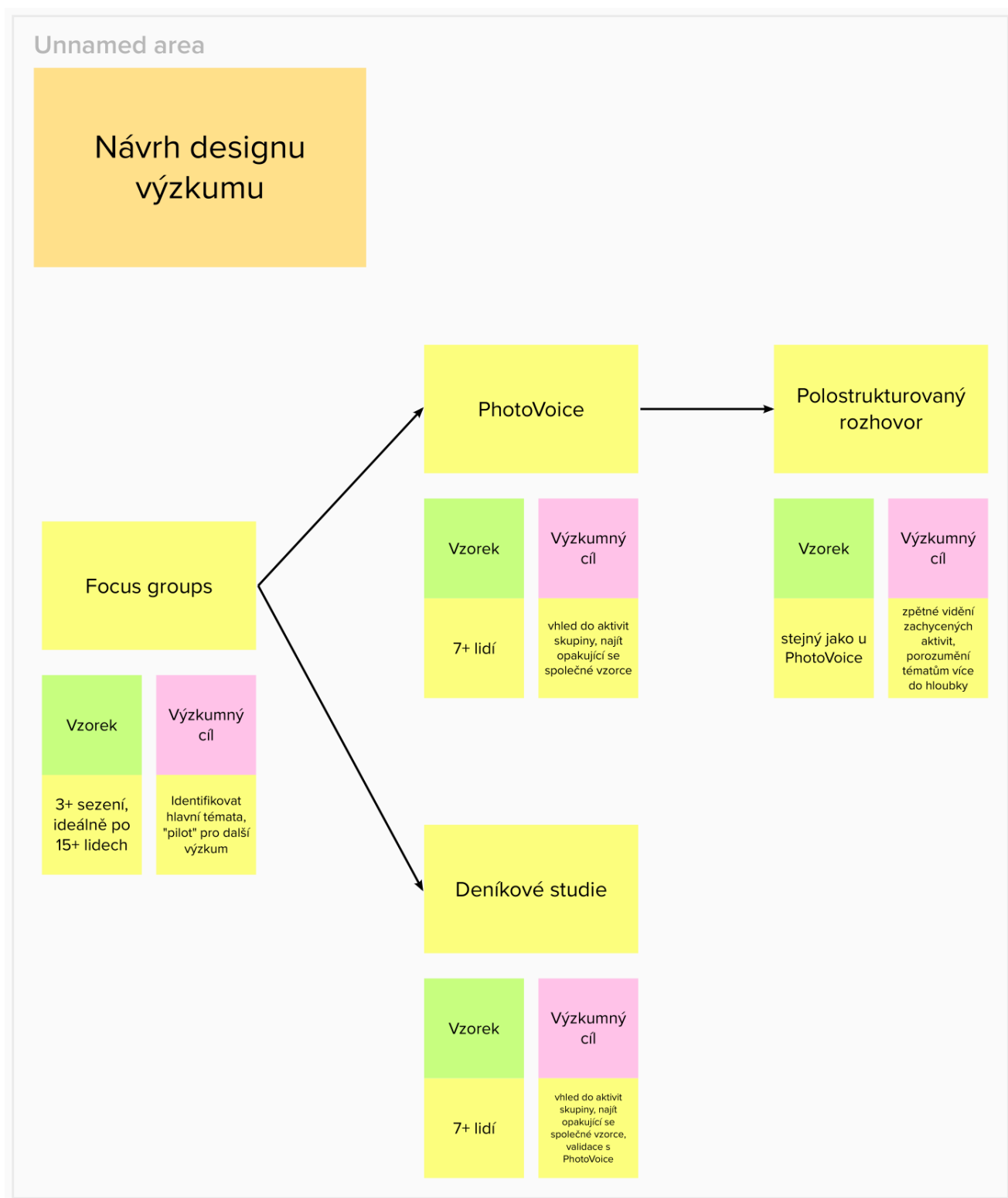
Deníková studie je flexibilní kvalitativní výzkumná metoda, v níž se snažíme zachytit chování, aktivity a zkušenosti participantů v čase. V této metodě participanti sami zaznamenávají své aktivity, chování či jakákoliv další data relevantní pro zamýšlený výzkum. Zkoumaní jedinci tyto deníky zpravidla vyplňují denně či několikrát denně a aby zápis skutečně udělali, často jim jej připomíná samotný výzkumník či notifikační systém. Tato metoda se nejvíce hodí v případech, kdy potřebujeme zmapovat chování určité skupiny, jejich specifické aktivity, rutiny či zvyklosti v kontextu jejich každodenního života. (Flaherty, 2016)

Z výše uvedených důvodů usuzuji, že právě deníkové studie by mohly dobře doplnit zbývající metody, a to hlavně PhotoVoice, na němž chci výzkum postavit. Deníkové studie vnímám jako méně náročnou variantu, jež však stále může přinést mnoho vysoce relevantních dat a při níž není nutné být bezprostředně zapojen po celou dobu sběru dat. Dalším plusem je i skutečnost, že deníky mohou být kompletně online a není tak nutné přijít do osobního styku s participanty.

## **8 Výzkumný design**

Aby celý výzkum a všechny jeho části dávaly smysl, bylo nutné navrhnout odpovídající výzkumný design, který by zahrnul všechny zmiňované metody, tedy skupinové rozhovory, deníkové studie a PhotoVoice se shrnujícími rozhovory.

Taktéž bylo nutné si určit, jaké budou výzkumné cíle jednotlivých aktivit. Tedy navrhnout design tak, aby se jednotlivé metody doplňovaly a výsledek každé z nich dával smysl. Pro vizualizaci svého záměru jsem použil nástroj Mural, který simuluje digitální nástěnku či tabuli, a který byl obzvlášť v době pandemie mým dobrým pomocníkem.



Obrázek č. 6 Vizualizace návrhu výzkumného designu v nástroji Mural

Jak je vidět na vizualizaci, u každé metody mám rozepsaný navrhovaný vzorek participantů a výzkumný cíl, který by daná metoda měla zodpovědět. Co se týče návaznosti jednotlivých metod a jejich cílů, smýšlel jsem o celkovém výzkumném designu takto:

- Provedení skupinových rozhovorů pro otevření tématu a identifikaci jednotlivých témat
- Deníkové studie pro mapování komunikačních aktivit jednotlivců během jednoho týdne a možnost validace s PhotoVoice (běží paralelně s PhotoVoice)
- PhotoVoice jako druhá doplňující a komplexnější metoda pro mapování komunikačních aktivit jednotlivců během jednoho týdne (běží paralelně s deníkovými studiemi) + polostrukturované rozhovory s participanty, kteří prošli PhotoVoice, aby bylo možné jejich zážitky shrnout a doptat se na doplňující otázky.

Tento návrh jsme si potvrdil během konzultace s vedoucí práce a postupně jsem se pustil do sběru dat.

## **8.1 Skupinové rozhovory**

První metodou, kterou jsem se chystal aplikovat, byly skupinové rozhovory, o kterých jsem smýšlel jako o uvedení do tématu. Jejich výzkumné cíle jsem sepsal jako: identifikování hlavních témat a pilot pro další výzkum. Pilotem rozumím pilotní studii na menším vzorku participantů, která mi pomůže určit další kroky a případně upravit výzkumný design a kladené otázky tak, aby na ně vybraní participanté dokázali co nejlépe odpovědět, a aby zároveň co nejlépe zodpovídali mé výzkumné otázky. Jako výzkumný vzorek pro skupinové rozhovory jsem navrhl 3 a více sezení s ideálně 15 a více lidmi, přičemž jsem vycházel z teoretických znalostí, které jsem vypsál v teoretickém úvodu do vybraných metod.

Po provedení skupinových rozhovorů, které mi měly pomoci lépe si orámovat zvolené téma, jsem se rozhodl pro aplikaci dvou metod, které by běžely paralelně a nezávisle na sobě. Těmi byly právě deníkové studie a PhotoVoice.

## 8.2 Deníkové studie

Deníkové studie jsem chtěl provést na vzorku nejméně 7 lidí. Výzkumné cíle pro tuto metodu jsem identifikoval jako následující: vhled do aktivit skupiny (tím jsem myslel především, jaké komunikační aktivity u daných jednotlivců probíhají a v jakých situacích), najít opakující se společné vzorce (tím je myšleno prvotní kódování opakujících se aktivit do smysluplných celků) a validace s PhotoVoice. Validací je zde myšleno porovnání výsledků obou metod, tedy snaha porovnat výsledky deníkových studií a Photovoice, aby se zjistilo, zda se výsledky obou metod diametrálně neliší, nebo není výzkum zkreslen nějakým jiným způsobem.

## 8.3 Photovoice

Photovoice je poslední aplikovanou metodou. V návrhu jsem chtěl tuto metodu zejména proto, že je nová a může přinést nové pohledy a informace, která by participanti v případě deníkových studií nemuseli poskytnout, nebo nebyli ochotní je poskytnout. Hlavní výhodu jsem spatřoval hlavně v teoretické časové nenáročnosti sběru dat samotným participantem, protože každému stačil jen mobilní telefon s foťákem a pár minut času během dne na focení. Ačkoliv jsem si vědom, že tato metoda již v sobě obsahuje závěrečné shrnující rozhovory, rozhodl jsem se je v návrhu přeci jenom ještě více zviditelnit. Cítil jsem, že ne každý si musí být vědom toho, že rozhovory jsou zahrnuty v samotné metodologii PhotoVoice, obzvlášť lidé, kteří se s touto metodou ještě nesetkali. Taktéž jsem vnímal, že výzkumné cíle těchto dvou aktivit se liší.

Abych to shrnul, jak s PhotoVoice, tak s následnými rozhovory jsem cílil na vzorek 7 a více participantů. Výzkumné cíle pro PhotoVoice jako celek byly stejné jako pro deníky, tedy vhled do každodenních komunikačních aktivit vybraných participantů ve snaze najít opakující se vzorce. Shrnující rozhovory pak měly za výzkumné cíle: zpětné vidění aktivit zachycených participanty pomocí jejich autorských fotografií a porozumění probíraným tématům do větší hloubky, jelikož během živého rozhovoru je možné klást doplňující otázky a jít více pod povrch probíraných témat.

## 9 Sběr dat

V této kapitole bych se chtěl zaměřit na to, jak konkrétně probíhal sběr dat za každou aplikovanou metodu. Chci se zejména více rozepsat o:

- Bližších informacích k designu metod a případných problémech, které bylo třeba řešit
- Jak probíhal výběr vzorku a oslovování participantů
- Kdy a kde proběhl sběr dat
- Jak byla zajištěna výzkumná etika
- Jak jsem data zaznamenával

Celkem bylo nasbíráno:

- 9 skupinových rozhovorů
- 62 vyplněných dotazníků pro deníkové studie
- 10 participantů zapojených do Photovoice a 10 individuálních shrnujících rozhovorů s těmito lidmi

### 9.1 Skupinové rozhovory

V rámci skupinových rozhovorů proběhly celkem 3 typy dotazování, které se lišily: počtem, průběhem, časovou dotací, vzorkem participantů či jejich nábořem.

Tyto typy jsem rozdělil do kategorií na základě toho, v jakých místech výzkum proběhl:

- Základní škola Kunratice
- Základní škola Vašatova v Kladně
- Discord

V této kapitole bych postupně rád rozebral všechny výše uvedené možnosti.

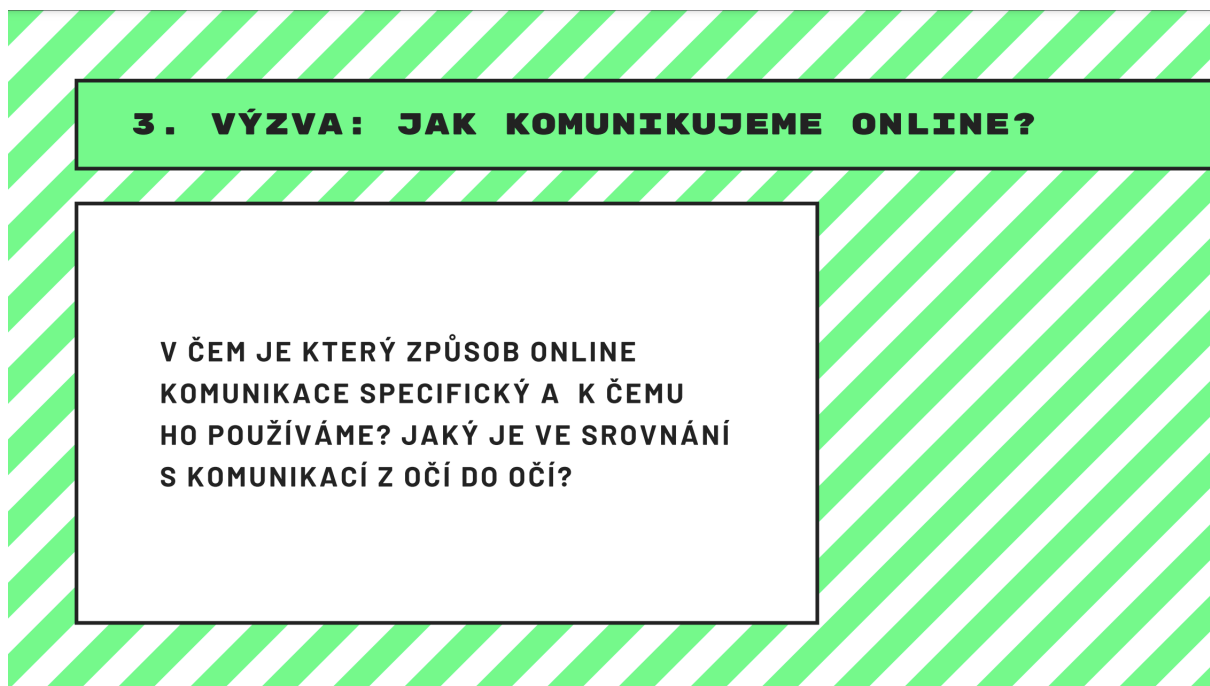
### 9.1.1 Základní škola Kunratice

Na Základní školu v Kunraticích mě dostala vedoucí práce (za což jí ještě jednou moc děkuji), jež tam měla během dubna ještě se svojí kolegyní online workshop o digitálních technologiích, který sloužil jako intervence do výuky pro 7. a 8. ročníky. Tato intervence probíhala ve dvou fázích. První fází byl teoretický workshop, na kterém se žáci blíže seznámili s riziky, která se pojí s používáním technologií a trávením času na internetu a sociálních sítích. Součástí tohoto teoretického úvodu byly i tzv. výzvy, které měli žáci plnit či zodpovědět na závěrečné reflexi, které proběhla další týden po teoretickém workshopu. Tato závěrečná reflexe byla druhou částí této intervence. Jak teoretický úvod, tak závěrečná reflexe, trvaly jednu vyučovací hodinu, tedy 45 minut a proběhly kompletně distančně přes Microsoft Teams. Této intervence se zúčastnilo dohromady 6 ročníků: 7.A, 7.B, 7.C, 8.A, 8.B a 8.C od 14.4. do 23.4. V každém ročníku bylo zhruba 20 žáků, kteří byli na hodiny pozvaní.

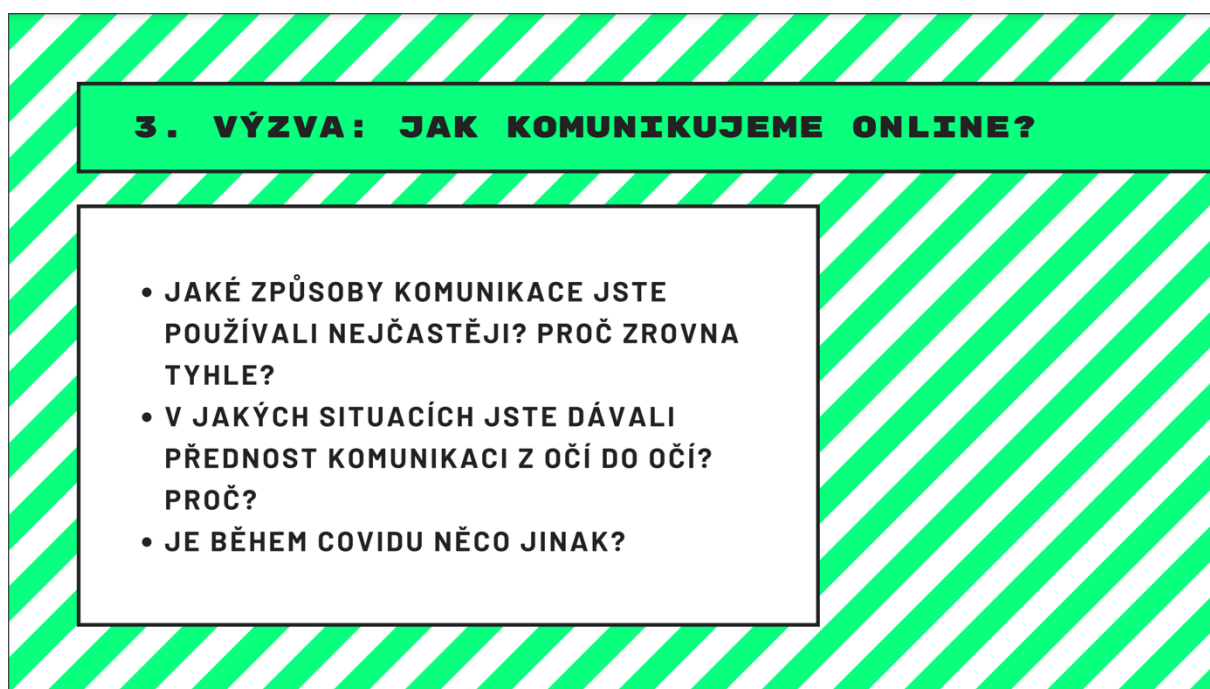
Co se týče mé role, fungoval jsem spíše jako pasivní pozorovatel, na hodinách jsem byl přítomen, měl jsem ztlumený mikrofon, vypnutou kameru a dělal jsem si poznámky z pozorování. Jednotlivé hodiny vedla vedoucí práce nebo její kolegyně Zdeňka Černá ze Slow Tech Institute.

Po konzultacích s vedoucí práce jsme se domluvili, že jednu z výzev konkrétně zaměříme na komunikaci online vs. offline, tak, aby kladené otázky odpovídaly na mé výzkumné otázky a držely se tématu mé diplomové práce.

Po domluvě se tak na teoretických setkáních prezentovala žákům výzva, která byla zaměřena konkrétně na komunikaci online vs. offline viz následující slidy z prezentace.



*Obrázek č.7 Komunikační výzva pro žáky ZŠ Kunratice, 1. část*



*Obrázek č.8 Komunikační výzva pro žáky ZŠ Kunratice, 2. část*

Otázky, které můžete vidět na obrázcích 7. a 8., mají stále stejný výzkumný cíl, a to zmapovat, jakému způsobu komunikace dávají žáci přednost, v jakých situacích a zda se pro ně během Covid pandemie něco změnilo.



Pro sběr dat však byla klíčová hlavně druhá část této intervence, závěrečná reflexe a diskuse se třídou nad jednotlivými tématy a výzvami. Jelikož jsem nebyl v přímém kontaktu se žáky, ale hodiny jsem jen pozoroval a psal si poznámky, bylo nutné se s ostatními sladit na tom, jaké aktivity a otázky budou vzhledem k mému tématu žáci na závěrečné reflexi řešit. K tomu jsem společně s vedoucí práce vytvořil jednoduchý „manuál“ či scénář, podle kterého se na závěrečných reflexích sbírala data.

Po několika konzultacích jsme určili tyto aktivity, které jsme po žácích na závěrečných reflexích chtěli:

1. Jakému typu komunikace jste v uplynulém týdnu dávali přednost? (like online, srdíčko offline)
2. Napište alespoň 2 přídavná jména, v čem je podle vás online komunikace jiná oproti komunikaci tváří v tvář.

Původně jsme chtěli nechat děti v hodinách hlasovat přes online dotazníkový nástroj Mentimeter, ale vzhledem k časové náročnosti, obzvláště v distanční výuce, jsme se rozhodli, že odpovědi jak na 1., tak na 2. otázku, budeme sbírat přímo v chatu aplikace Microsoft Teams, kde online výuka probíhala. Nakonec se to ukázalo jako nejlepší možnost, protože žáci nemuseli nic dalšího rozklikávat, či přepínat z aplikace Teams, pokud byli na mobilním zařízení, někam jinam.

Co se týče možností odpovědí na 1. otázku, likem jsme mysleli emotikon palce (👍) a srdíčkem emotikon srdce (❤️), což jsou emotikony snadno dostupné přímo z rozhraní Teams.

Po těchto kvantitativních otázkách se vedoucí doptávali žáků na některé z otázek, které jsem si vypsál do scénáře k těmto skupinovým rozhovorům:

- **Jak jste se nejčastěji bavili se svými kamarády v uplynulém týdnu? Osobně nebo spíše virtuálně? (smsky, chat, voice chat atp.)**
- **Kde a jak jsi se s kamarády nejčastěji scházel/a?**
- **Můžete vypíchnout jeden příklad?**
- **Byl tento týden nějak jiný než obvyklé týdny?**

- **Dáváte spíše přednost osobní nebo virtuální komunikaci? Proč?**
- **Když komunikuješ virtuálně, cítíš se nějak jinak, než při osobním setkání?**
- **Z jakých důvodů nejčastěji kontaktuješ kamarády?**
- **Změnily se tvé zvyky ohledně toho, jak nejčastěji komunikuješ s kamarády za posledních 6 měsíců? Proč?**

Nutno dodat, že na pokrytí všech těchto otázek nebyl v závěrečných reflexích dostatek prostoru. Téma komunikace se totiž probíralo až na závěr hodin, takže nejdůležitější pro nás bylo sebrat úvodní kvantitativní otázku do chatu a případně se doptat na důvody.

Co se týče etiky výzkumu, všichni zapojení žáci potřebovali k účasti na obou částech této intervence potvrzení rodičů, které zajišťovala vedoucí práce společně s pedagogy. Všechna data, ať již mé poznámky z pozorování či odpovědi žáků z chatu, byla kompletně anonymizována a není tedy možné spojit jakýkoliv výrok s konkrétním jedincem. Taktéž z hodin nevznikl žádný audio či video záznam, k němuž by bylo možné se vrátet.

### **9.1.2 Základní škola Vašatova v Kladně**

Základní školu Vašatova v Kladně jsem sám absolvoval a stále mám kontakty na některé vyučující. Tuto možnost jsem ostatně využil už ve své bakalářské práci, kde jsem mapoval, zda na používání počítače nahlížet spíše jako na aktivní či pasivní aktivitu pomocí dotazníkového šetření. Koncem března jsem kontaktoval Mgr. Miroslavu Klosovou, která na této škole učí matematiku a občanskou výchovu. Začátkem dubna jsme si zavolali, abychom se dohodli na potřebných detailech. Domluvili jsme se na tom, že dostanu prostor v jejích online hodinách pro 9. ročníky, konkrétně u 9.A a 9.B. Jak mi doporučila vedoucí práce, nabídl jsem se, že krom sběru dat pro svoji práci, udělám žákům i teoretický úvod do digitálních závislostí a risků, které jsou spojeny s využíváním technologií. K tomu jsem se chystal využít materiály, které se použily v intervenci pro základní školu v Kunraticích. Mgr. Klosové se tato myšlenka líbila a souhlasila s tímto záměrem, nejprve však musela zajistit povolení ředitelky něco takového v hodinách vůbec uskutečnit. Taktéž bylo nutné obstarat od všech zúčastněných žáků získat souhlasy rodičů, protože nikdo z nich nebyl plnoletý. Pro tento účel jsem sepsal krátký medailonek o sobě, záměru výzkumu a jeho etice, který se posílal rodičům.

Samotný sběr dat pak proběhl během jednoho dne, 26.4., nejprve v 9.B a pak v 9.A. Na obě hodiny bylo připojeno po 15 žácích. Vzhledem k v té době trvající distanční výuce vše probíhalo kompletně online v prostředí aplikace Microsoft Teams. K dispozici jsem měl u obou tříd celou vyučovací hodinu, tedy 45 minut. Na začátku obou hodin mě Mgr. Klosová představila žákům a pak jsem již danou hodinu vedl se žáky sám. Nejprve jsem jim dal krátký teoretický úvod do digitálních závislostí a pak jsem přešel k doplňujícím aktivitám a otázkám. Scénář, kterého jsem se držel, byl velmi podobný tomu, který se použil v Kunraticích. Důvodem bylo hlavně to, abych dostal nějakým způsobem konzistentní data a oba výzkumy se případně daly porovnat. Během obou rozhovorů jsem se snažil si dělat krátké poznámky na papír, ale bylo to takřka nemožné, vzhledem k tomu, že jsem se musel soustředit na vedení hodiny a snažil jsem se navázat s žáky „oční“ kontakt alespoň přes puštěné webkamery. Oba rozhovory jsem si proto i nahrál na diktafon v mobilu, aby bylo možné se k záznamům zpětně vrátit a vypracovat poznámky.

Tak jako v Kunraticích, i zde jsem se jich po teoretickém úvodu zeptal na následující otázku a nechal je hlasovat pomocí emotikonů (❤️ nebo 👍) do chatu aplikace Microsoft Teams:

- Jakému typu komunikace jste v uplynulém týdnu dávali přednost? (like online, srdíčko offline)

Poté jsem je nechal přihlásit se na mnou vytvořený dotazník na platformě Mentimeter, kde dostali čas k postupnému zodpovězení těchto otázek:

1. Napiš alespoň 2 přídavná jména, která dle tebe vystihují online komunikaci.
2. Teď napiš alespoň 2 přídavná jména, která dle tebe vystihují komunikaci tváří v tvář.

Pro ilustraci toho, jak to vypadalo, vkládám obrázek č. 9.

## Napiš alespoň 2 přídatná jména, která dle tebe vystihují online komunikaci.

Mentimeter

nebezpečná, užitečná	nudné, neúplné	Zábavná, dobrá, nebezpečná,
rychlý, stručný	lehčí, rychlejší	Pohodlný, zábavný
technický, rychlý	nudné, nedodělané	Nudná, lehká
Neupřímnost, asocialita, rychlejší	rychlé, nenáročné, komplexní	Lehčí, ne upřímný

13

Obrázek č.9 Odpovědi žáků ZŠ Vašatova na platformě Mentimeter

Po uplynutí času na zodpovídání otázek jsem se se žáky snažil vést skupinový rozhovor na následující okruhy témat, tak, aby ideálně zodpověděli všechny vypsane otázky. Příkládám úryvek ze scénáře, který jsem během hodin používal:

### „Zeptat se:

- Když komunikujete virtuálně, jak se u toho cítíte?
- Kde jste se s kamarády nejčastěji scházeli minulý týden? Bylo to někde venku nebo například ve hře?
- Byl tento týden nějak jiný než ostatní týdny?

Super, mám na vás už poslední věc. Moc by mě zajímalo, zda se u vás něco změnilo za poslední půlrok s ohledem na koronavirus a to, že se nemůžeme tolik potkávat.

*(Zeptat se jich na následující otázku a nechat je hlásit se v Teamsech)*

Prosím, ať se přihlásí ten, kdo si myslí, že způsob, jak nejčastěji komunikuje s kamarády se u něj změnil za poslední půlrok? **(spočítat ručičky)**

(Nechat je hlásit a postupně je vyvolávat a doptat se na důvody.)“

Vzhledem k tomu, že jsem na tuto celou aktivitu měl vyučovací hodinu, bylo možné jít více do hloubky a zeptat se i na otázky, které se v Kunraticích nestihly, což byla hlavně reflexe na Covid, a otázky ohledně toho, zda se u žáků kvůli pandemii změnily jejich způsoby komunikace či setkávání s přáteli.

Žáci během hodin pracovali aktivně a na mé otázky ochotně odpovídali. Ačkoliv jedna ze tříd byla tišší, vyřešil jsem to tím, že jsem začal vyvolávat ty, kteří nemluvili, nebo mluvili jen velmi málo. Žáky pak hodně rezonovala otázka, jak se cítí ohledně pandemie a s tím spojené nemožnosti chodit do školy nebo se tolik vídat s kamarády. Dostalo se mi na ní několik emotivních odpovědí, takže Mgr. Klosová po hodině žákům slíbila, že se tomuto tématu budou věnovat na některé z třídnických hodin, protože to vnímá jako důležité.

Na obě hodiny jsem dostal velmi dobrou zpětnou vazbu, jak od žáků, tak od Mgr. Klosové a další učitelky, která se na mnou vedenou hodinu připojila.

### **9.1.3 Discord**

Poslední sběrem dat pomocí skupinového rozhovoru, bylo setkání s 4 pražskými středoškoláky na komunikační síti Discord. Výběr participantů proběhl tak, že mi má pracovní kolegyně Veronika Haisssingerová, předala kontakt na svoji dceru, kterou jsem kontaktoval a domluvil si s ní online setkání.

Jako místo pro náš společný rozhovor vybrala komunikační platformu Discord, přes kterou se svými kamarády nejčastěji komunikuje. Samotný rozhovor proběhl 25.4. a zúčastnili se jej dohromady 4 participanti. Všem zúčastněným bylo okolo 16 let a mezi sebou se znali, protože společně studovali stejnou základní školu a jsou spolu často v kontaktu. Rozhovor nejdříve začal ve 3 lidech a zhruba v jeho polovině se připojil 4. participant. Samotné dotazování probíhalo okolo 45 minut a vedl jsem jej dle stejné kostry scénáře, jakou jsem napsal již pro Základní školu v Kunraticích.

Během rozhovoru jsem se snažil dělat si krátké poznámky, případně poznamenávat zajímavé výroky či témata, ke kterým jsem se chtěl vrátit, abych nerušil přirozený tok rozhovoru. Rozhovor jsem si taktéž nahrával, aby bylo možné po jeho skončení zpracovat detailnější poznámky a já se mohl více soustředit na to, co participantí říkají a vést rozhovor.

Co se týče etiky výzkumu tohoto sběru, všichni zúčastnění souhlasili s nahráváním a od všech jsem dostal i souhlasy rodičů s účastí, jelikož nikdo z nich nebyl plnoletý.

V porovnání s ostatními skupinovými rozhovory, toto hodnotím jako nejlepší nastavení, protože skupina se skládala pouze z dobrovolníků, kteří se chtěli diskuse účastnit. Debata tak byla v porovnání s ostatními skupinovými rozhovory více aktivní. Dobře fungoval i menší počet participantů a čas, který jsme na rozhovor všichni měli. Každý se tak dostal ke slovu a já mohl jít s některými tématy a výroky více pod povrch. Vzhledem k počtu participantů tento rozhovor byl zcela kvalitativní a nezařazoval jsem do něj žádné kvantitativní otázky tak, jako jsem to udělal na základních školách.

## **9.2 Deníkové studie**

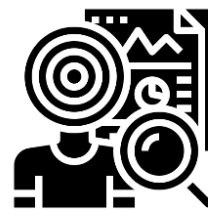
Dalším typem sběru dat, jak jsem již nastínil v metodologii, byly deníkové studie. Ty jsem zvolil zejména pro to, aby mi umožnili nahlédnout do každodenních komunikačních aktivit Generace Z. Aby toto bylo možné udělat a posbírat, bylo nejprve nutné navrhnout dotazník, přes který bude možné sbírat relevantní data.

Při navrhování mi velice pomohla inspirace podobně orientovaným dotazníkem, který vznikl pro Člověka v tísni, jenž mi nasdílela vedoucí práce. Příkládám oříznutý kus dotazníku, který mi byl inspirací. (viz Obrázek č.10)



## TÝDENÍK JÁ ONLINE & OFFLINE

Zkus si každý den vyhradit čas na zamyšlení, s kým a jak jsi dneska komunikoval. Ideálně večer, když jdeš spát a máš den ještě v čerstvé paměti. Pozorování ti pomůže zjistit, jak na tom jsi a co ti dělá dobře.



DEN	ONLINE	OFFLINE
	<p>Pocity z komunikace</p> <p>Jak moc jsi komunikoval/a online?</p> <p>0 10</p> <p>Jak moc ti to přineslo uspokojení?</p> <p>☆☆☆☆☆</p> <p>O čem, s kým, kde?</p>	<p>Pocity z komunikace</p> <p>Jak moc jsi komunikoval/a offline?</p> <p>0 10</p> <p>Jak moc ti to přineslo uspokojení?</p> <p>☆☆☆☆☆</p> <p>O čem, s kým, kde?</p>

Obrázek č.10 Inspirace dotazníkem o online/offline komunikaci pro Člověka v tísni

Svůj dotazník jsem vytvářel v Google Forms a postupně jsem jej konzultoval s vedoucí práce.

Dotazník jsem rozdělil do 2 částí – na online a offline komunikaci. Aby bylo možné porovnávání, otázky byly v obou částech identické. Samozřejmě jen s tím rozdílem, že v 1. části se otázky ptaly na online komunikaci, a ve 2. části na offline komunikaci.

Níže bych chtěl rozebrat hlavní indikátory, které jsem do dotazníku vložil, abych byl schopen určit komunikaci generace Z vzhledem k mým výzkumným otázkám.

Jak je vidět obrázku dole, jednou z prvních indikací byla frekvence online/offline komunikace za daný den. Tuto otázku jsem zařadil jednoduše z toho důvodu, abych odhalil, jaký typ komunikace u participanta za daný den převládal. Jedná se o jednoduchou 7 bodovou Likertovu škálu. Škálu jsem zvolil lichou z toho důvodu, aby byla symetrická, tedy aby nalevo i napravo byl stejný počet stupňů.






Jak moc jsi tento den komunikoval/a online? \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Velmi málo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Velmi hodně

Obrázek č.11: Indikace 1 – frekvence online/offline komunikace za den

Druhým indikátorem byla otázka na pocity, které z offline/online komunikace mají za daný den. Protože jsem dotazník předkládal Generaci Z, rozhodl jsem se místo tradiční číselné škály využít i smajlíků, které by možností odpovědí demonstrovaly více názorně. V zásadě se však jedná znovu o Likertovu škálu, tentokrát ale 5 bodovou. Po zodpovězení této otázky musel participant zodpovědět čistě kvalitativní otázku, jež se ptala na důvody, proč u něj převládaly právě tyto pocity.

Jaké máš pocity z online komunikace pro tento den? \*

	
<input type="radio"/> Skvělé	<input type="radio"/> Dobré
	
<input type="radio"/> Ani dobré, ani špatné	<input type="radio"/> Špatné
	
<input type="radio"/> Hrozné	

*Obrázek č.12: Indikace 2 – pocity ohledně komunikace*

Třetím indikátorem pak bylo vypisování alespoň 3 příkladů online/offline komunikace, která za daný den proběhla. V popisu otázky jsem schválně dal důraz na komunikace, které trvaly 10 a více minut. Chtěl jsem tak z odpovědí vyfiltrovat komunikaci, která probíhala krátce či jen velmi ploše (například pozdravení na ulici apod.)



## Online komunikace, která trvala alespoň 10 minut

Stručně popiš ideálně 3 příklady, kdy online komunikace probíhala déle než 10 minut v kuse.

### 3+ příklady - kde, jak a s kým online komunikace probíhala? \*

Obecně popiš, jak tato online komunikace probíhala a s kým. Nezmiňuj ničí jména. Např: s kamarády jsme volali přes Discord a hráli Fortnite, chatoval jsem s kamarádkou na Messengeru, posílali jsme si vtipné memy apod.

Vaše odpověď

### Obrázek č.13: Indikace 3 – příklady komunikace

Posledním indikátorem pak byla otázka na nejvíce výraznou komunikaci, která za daný den proběhla. Tato otázka má za cíl identifikovat určité extrémní či zajímavé příklady, které by účastníci dále rozepsali. Pro možnost odpovědi jsem zde nezvolil žádnou obvyklou škálu, nýbrž možnost odpovědět pomocí emotikonů. Po zvolení určitého emotikonu následovala kvalitativní otázka, která se ptala po důvodech, proč vybrali zrovna tento emotikon. Přikládám tabulku s emotikony, jež byly na výběr.

1. 🏆	2. 🔥	3. 😍	4. 😊	5. ✨	6. 🐱	7. 💀
8. 💧	9. 😞	10. 😭	11. ❤️	12. 💩	13. 🤪	14. 🔪

### Obrázek č.14: Indikace 4 – identifikace nejvýraznější komunikace

Postupně jsem vybral celkem 14 emotikonů. Při jejich výběru jsem se inspiroval několika statistikami a studiemi, které se mi podařilo dohledat. Emotikony jsem vybíral dle stránky [emojitracker.com](https://emojitracker.com), která v reálném čase sleduje a počítá používání emotikonů na sociální síti Twitter a [emojipedia.org](https://emojipedia.org), což je stránka, která konsoliduje většinu informací ohledně používání emotikonů. Do výběru jsem taktéž promítnul fakt, že Generace Z používá rozdílné emotikony než například generace Mileniálů. Na základě hned několika článků tak například velmi oblíbený emotikon smajlíka plačícího smíchy (😂) už není dle Generace Z dostatečně in a mohlo by tak být chybou jej do dotazníku zařadit. (Sansay, 2021)

Dotazník tedy obsahoval dvě části, jednu na online komunikaci, druhou na offline komunikaci. Otázky v obou částech byly až na drobné nuance v popisích identické, aby bylo možné výsledky porovnávat.

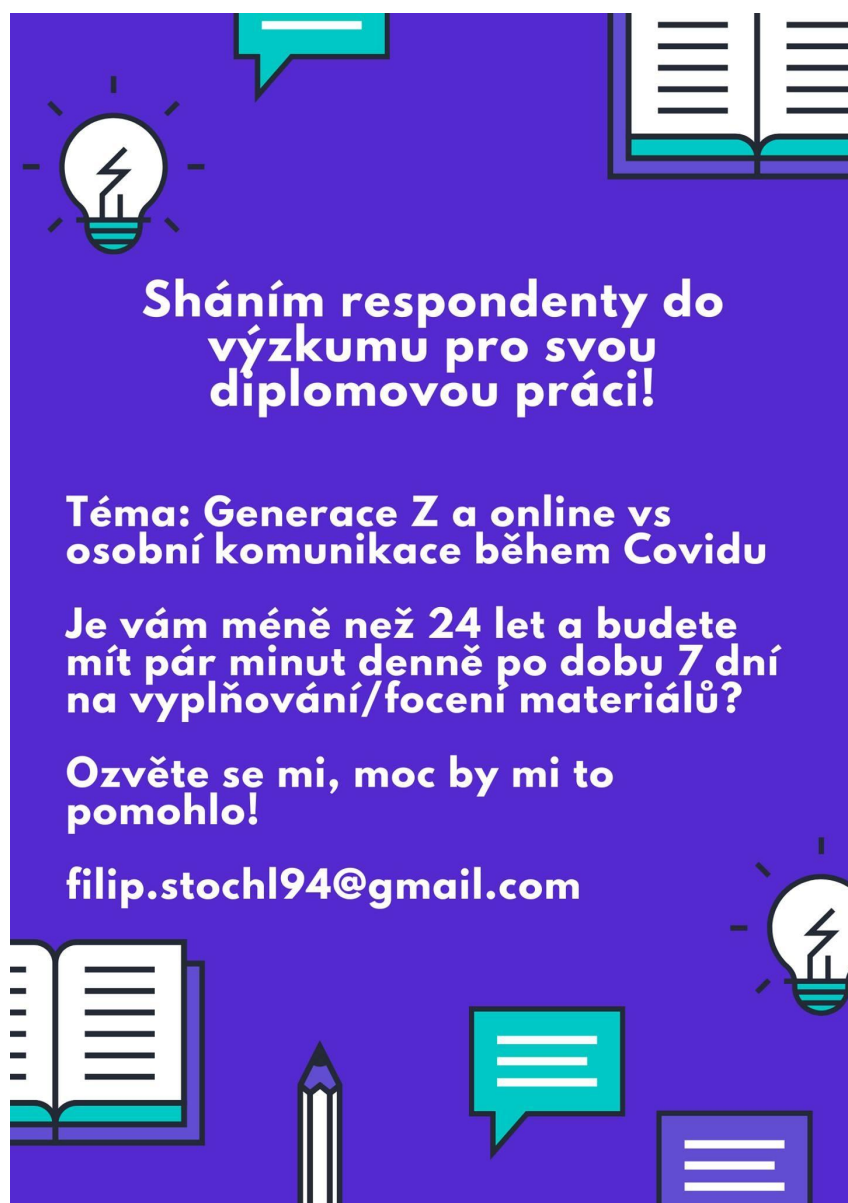
Etiku a anonymitu dotazníků jsem vyřešil tím, že participanti museli na začátku každého dotazníku vyplnit svůj unikátní kód, který si sami vymysleli, aby bylo možné zkompletovat dotazníky od jedné osoby bez sbírání jakýchkoliv citlivých dat, jako jsou jména či e-mailové adresy. Pro další prozkoumávání je dotazník k dispozici buď pod tímto odkazem <https://forms.gle/hEBgPh7C1t1pDmVn7> nebo v přílohách práce.

Mým záměrem pro sběr dat bylo, aby zástupci Generace Z tyto dotazníky kontinuálně vyplňovaly během 7 dní, ideálně pak od pondělí do neděle.

Nábor participantů proběhl zejména znovu z žáků na ZŠ Vašatova v Kladně, tentokrát z dětí 7. tříd, konkrétně ze 7.A a 7.B. S dotazníkem jsem oslovil několik škol i univerzit, ale dostalo se mi buď zamítnutí, nebo jsem odpověď nedostal vůbec. Z jednou ze škol, která mi také odpověděla, bylo Gymnázium Arabská v Praze, kde jsem studoval. Tam se mi však na dotazník vrátili pouze 4 jednotlivé odpovědi, protože byl studentům přeposlán pouze jednou a nijak dále nepřipomínán, což mělo za následek dost mizivou míru odpovědí. Na ZŠ v Kladně se mi to naštěstí podařilo vyřešit lépe, protože jsem byl s Mgr. Klosovou takřka v denním online kontaktu, kdy ona každý den dětem připomínala, aby večer nezapomněli dotazníky vyplnit a já jí průběžně posílal, kolik na Google Forms eviduji vyplněných odpovědí. Po zkušenosti s nízkou návratností odpovědí na Gymnázium Arabská jsem nahrál vysvětlovací video, které jsem natočil právě pro žáky ZŠ Vašatova, v němž jsem se snažil představit sebe, záměr výzkumu a v němž jsem také dotazník v rychlosti prošel a vysvětlil jednotlivé možnosti odpovědí. Video Mgr. Klosová nasdílela se žáky a je případně přístupné pod tímto odkazem: <https://www.youtube.com/watch?v=xLMs2OvvsQ8>. Tato spolupráce fungovala velmi dobře a v týdnu, kdy se data sbírala, tedy v termínu od 24.5. do 30.5., jsem vybral celkem 58 unikátních odpovědí. Celých 7 dní však zvládli vyplňovat pouze 3 participanti, ostatní odpovědi tak byly bohužel pouze částečné. Vzhledem k ostatním metodám a složitosti toto celé uřídit, to však hodnotím i přes menší návratnost odpovědí jako úspěch.

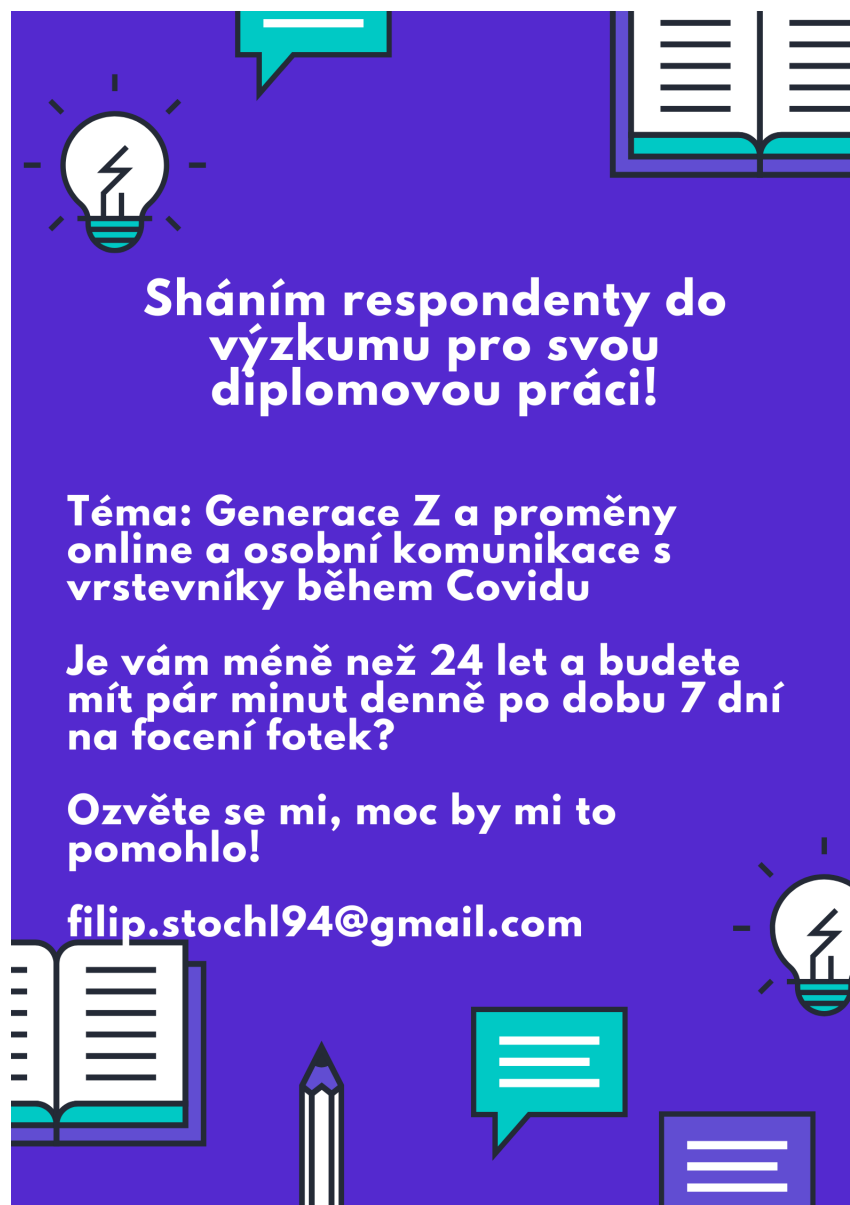
### 9.3 PhotoVoice

Jak organizačně, tak časově nejnáročnější byla však metoda PhotoVoice. U té bylo nejnáročnější vymyslet strategii, jak výzkum propagovat a sehnat dobrovolníky z řad cílové skupiny, aby se zúčastnili bez jakéhokoliv honoráře nebo jiné motivace. Pro tento účel jsem vytvořil v nástroji Canva plakát, který jsem pak šířil hlavně po studentských facebookových skupinách, ale i na svém osobním Facebook profilu či Instagramu. První plakát vypadal takto: (viz Obrázek č.13)



*Obrázek č.15 První verze plakátu na sociální síť*

Původně jsem chtěl pomocí tohoto plakátu shánět participanty i pro deníkové studie, to se však časem ukázalo jako zbytečné, protože jsem sehnal dostatek lidí na ZŠ Vašatova. Posléze tak tedy vznikla ještě druhá verze, jež trochu blíže specifikovala téma práce a to, že se zajímám hlavně o proměny komunikace, a nejen o komunikaci jako takovou. Také zmizel popis o vyplňování materiálů, protože jsem sháněl lidi pro metodu PhotoVoice.



*Obrázek č.16 Druhá verze plakátu na sociální síti*

Protože jsem však v jedné fázi výzkumu stále hledal relevantní participanty, napadlo mě, že bych se mohl pokusit přiblížit Generaci Z tím, že je zkusím oslovit na sociální síti, která je jim

blíží, a to na TikToku, Natočil jsem a sestříhal minutový klip na TikToku, kde jsem se snažil v rychlosti vysvětlit záměr a etiku výzkumu. Video na TikToku získalo 112 lajků, mělo přes 700 přehrání a je k dispozici pod tímto odkazem: <https://vm.tiktok.com/ZMdfexJLP/>. Toto video jsem taktéž předsílel na svůj Facebook a Instagram do Stories. Ačkoliv na TikToku se mi nikoho nového bohužel nepodařilo sehnat, klip byl úspěšný na mém Instagramu, kde jsem získal dobrovolníky pro výzkum hlavně z řad mých známých, sledujících.

Celkově se mi podařilo získat 10 participantů, kteří během jednoho týdne zaznamenávali svými mobilními telefony to, jak komunikují online a offline se svými přáteli. Jelikož celý výzkum proběhl kompletně distančně, bylo nutné s participanty i potenciálními participanty neustále komunikovat. Na začátku sběru hlavně z toho důvodu, abych zjistil, že skutečně daní lidé spadají do vybraného vzorku a mají dostatek času na sběr dat a finální shrnující rozhovor, který po každém focení následoval. Taktéž bylo nutné blíže dovysvětlit lidem, jaké fotky mě zajímají, že výzkum je kompletně anonymní a nesbírám žádné jejich osobní data a nejde mi o jejich osobní komunikaci, ale pouze o místa a platformy, kde komunikace probíhá. Pokud si to někdo přál, pravidelně jsem mu/jí psal zprávy, ať nezapomene fotit. Po uplynutí času na focení, jsem vybrané lidi kontaktoval znovu a domlouval jsem se s nimi na závěrečné rozhovory dle jejich časových možností.

Focení materiálů proběhlo dle individuálních časových možností a preferencí každého participanta. Shrnující rozhovory pro PhotoVoice pak proběhly od 24. května do 25. června 2021.

Rozhovor, který každý participant zapojený do PhotoVoice, absolvoval, trval mezi 30–90 minutami a proběhl formou videohovoru na Google Meet. Na začátku každého rozhovoru jsem participantům zopakoval etiku výzkumu a zeptal se na souhlas s nahráváním, abych z rozhovorů mohl sepsat detailnější poznámky. Dále jsem je nechal nasdílet obrazovku a postupně projít a okomentovat všechny fotky, které za zkoumané období nafotili. To jsem dělal i z toho důvodu, že jsem nechtěl, aby dostali pocit, že můžu jejich fotky zneužít. Nafocené fotky jsem tak viděl pouze během videohovorů, z rozhovorů jsem si nahrával pouze audio. Během listování fotkami jsem si tak do poznámek psal stručné popisy fotek a to, co se na nich děje, abych byl schopný si při analýze spojit tyto popisy s audiozáznamem a jejich výroky. Krom slovního popisu fotek jsem se taktéž ptal, jak dlouho každá komunikace trvala. Na konci

každého rozhovoru jsem se pokusil shrnout, zda daný participant dokumentovaný týden upřednostňoval online či offline komunikaci a ptal jsem se na další doplňující otázky. I zde jsem využil mírně modifikovanou kostru scénáře, který jsem používal již u skupinových rozhovorů:

- **Reprezentoval tento dokumentovaný týden tvůj obvyklý týden? Proč?**
- **Dáváš spíše přednost osobní nebo virtuální komunikaci? Proč?**
- **Když jsi komunikoval/a virtuálně, cítil/a ses nějak jinak, než při osobním setkání?**
- **Co si myslíš o lidech, kteří dávají přednost psané komunikaci, protože jim to umožňuje si své zprávy lépe promyslet?**
- **Změnily se tvé zvyky ohledně toho, jak nejčastěji komunikuješ s kamarády za posledních 6 měsíců? Proč?**
- **Změnila se místa, kde s kamarády komunikuješ, kvůli pandemii? Pokud ano, jak?**
- **Jak se cítíš duševně ohledně pandemie a nemožnosti nebo omezení se potkávat s kamarády?**

Během rozhovorů jsem se snažil psát alespoň stručné poznámky, abych si alespoň částečně ulehčil práci se závěrečnou analýzou. Krom fotek a co se na nich děje, jsem si zapisoval i zajímavé výroky či témata, o kterých jsem se chtěl dozvědět víc, nebo ke kterým jsem se chtěl vrátit na konci rozhovoru.

Pro celkový kontext uvádím ještě tabulku s očíslovanými participanty, jejich věkem a místem pobytu.

Číslo participanta	Věk	Místo pobytu
Participant 1	23	Třeboň
Participant 2	23	Litoměřice
Participant 3	23	Kladno
Participant 4	15	Přerov
Participant 5	23	Děčín
Participant 6	16	Stochov
Participant 7	23	Praha
Participant 8	23	Praha
Participant 9	22	Praha
Participant 10	22	Praha

*Tabulka č.1 Vzorek respondentů pro metodu PhotoVoice*

Co se týká genderu, většina mých participantů byly ženy. PhotoVoice se zúčastnil bohužel jen jeden muž. Krom genderové nevyváženosti vnímám jako limit výzkumu i většinové zastoupení lidí ve věku 22/23, kteří jsou na krajní hranici pro definici Generace Z. Na internetu se těmito lidem na pomezí Generace Z a Mileniálů říká „Zillennials“, protože stojí přesně na pomezí obou generací. To taktéž znamená, že alespoň okrajově zažili dobu před masivním příchodem internetu a sociálních sítí, a vnímají tak rozdíly před a po, což později narození z Generace Z, tak dobře nedokážou. (Warna, 2019)

Celkově vnímám PhotoVoice jako velmi dobrou a poměrně snadno přístupnou metodu pro etnografický kvalitativní výzkum. Nesporná výhoda této metody je i fakt, že může být bez větších obtíží realizována kompletně distančně. Jako plus jsem taktéž vnímal to, že nafotit pár momentek během jednoho týdne, není pro participanty taková zátěž, jako například každý den vyplňovat dotazník pro deníkové studie. Focení mobilem, který má skoro každý v kapse, je tak mnohem přístupnější a všudypřítomnější. Ačkoliv jsem ještě na začátku výzkumu řešil, zda zúčastněným nabídnout nějaký starý smartphone, na který by mohli fotit, nikdo z participantů tuto možnost nevyužil a využívali vlastní zařízení.

Co považují za nejpodstatnější, je dobře zvládnutý management sběru dat pro PhotoVoice a všech aktivit, které se s tím pojí. Tento aspekt je ještě důležitější během distančního sběru, kdy

nejsme s participanty v osobním kontaktu a veškerá komunikace stojí hlavně na zprávách v různých chatovacích platformách či sociálních sítích, níž se může často pojit informační šum. Bylo tedy velmi důležité všem participantům po jejich náboru co nejlépe a pokud možno hned vysvětlit, o co vlastně ve výzkumu jde a jaké fotky mají či nemají fotit. A ačkoliv jsem to zmiňoval již výše, jako zásadní vnímám též udržování komunikace s participanty, kteří se tak mohli ozvat kdykoli, kdy se potřebovali na něco zeptat nebo něco dovysvětlit, a svou odpověď dostali prakticky ihned. Díky tomu nezačala klesat jejich motivace a zapojenost do výzkumu. Zpočátku jsem všem nově přihlášeným participantům posílal textovou šablonu, v níž jsem shrnoval všechny důležité aspekty PhotoVoice a čeho se mají případně vyvarovat. Postupně jsem ale přešel na nahrávání hlasových zpráv, které jsem jim posílal. Tato varianta mi přišla pro ně stravitelnější a zároveň osobnější, než jen obyčejný psaný text. Jako velmi dobře fungující jsem vnímal i vytváření pozvánek na rozhovor na Google Meet, které jsem zasílal každému účastníkovi e-mailem dostatečně dopředu. Nejenže tyto pozvánky byly dobré pro mě, abych získal přehled o tom, kdy a s kým mám rozhovor a mohl tyto rozhovory případně zpětně evidovat, ale participanté samotní pak s rozhovorem více počítali a nestalo se mi, že by na rozhovor někdo nedorazil, protože by zapomněl. Je dobré si uvědomit, že management a komunikace okolo všech aktivit, je velmi časově náročná činnost. Pokud bych PhotoVoice použil jako metodu v nějakém dalším výzkumu smíšených metod, doporučil bych jej dělat v týmu alespoň 2 výzkumníků, kteří si rozdělí agendu, a hlavně nábor a komunikaci s participanty.

## 10 Analýza dat

V této kapitole podrobněji popisu analytické postupy a metody, které jsem zvolil pro analýzu dat pro každou z vybraných metod. Taktéž se zde více rozepisuji o případných problémech a výzvách, jež jsem musel během analýzy řešit.

### 10.1 Skupinové rozhovory

V jednotlivých podkapitolách se věnuji analýze všech tří typů dat, které jsem v rámci skupinových dat sesbíral. Dohromady to bylo:

- 6 sezení se žáky ZŠ Kunratice
- 2 sezení se žáky ZŠ Vašatova v Kladně



- 1 sezení s pražskými středoškoláky na Discordu

### 10.1.1 ZŠ Kunratice

Dat ze 6 skupinových rozhovorů ze základní školy v Kunraticích jsem měl jen omezené množství. Příčin bylo hned několik – jelikož sběr probíhal v rámci workshopů o online rizicích, kde byla probírána i další témata, bylo na sbírání dat v samotných hodinách jen omezené množství času. Na některé otázky se taktéž během hodin buď nedostalo, z některých tříd část dat chybělo, protože jsme se nestihli na některé otázky žáků zeptat, nebo jsem si některé poznámky nestihl během sbírání zapsat a žádný zpětný záznam z hodin nahráván nebyl.

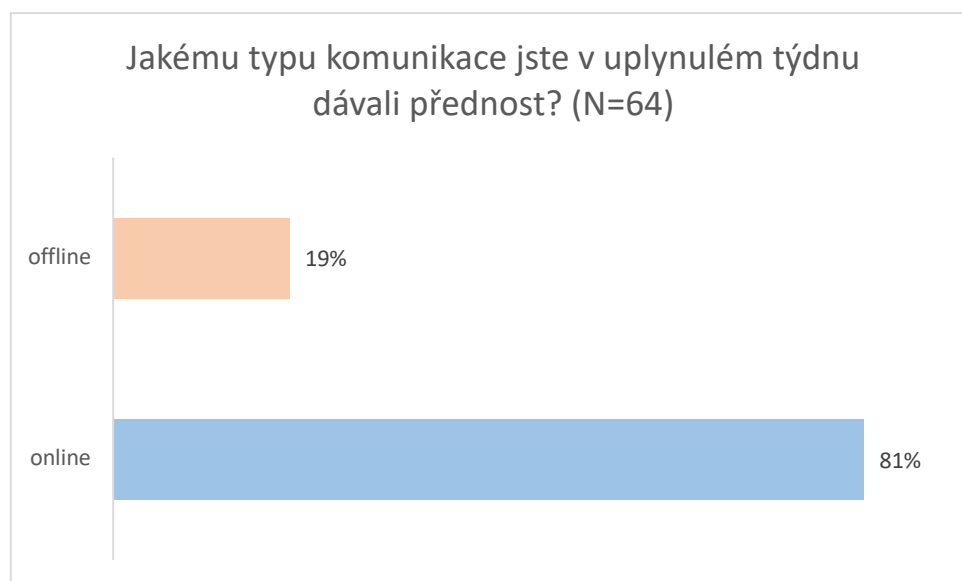
Nevnímám to však negativně, skupinové rozhovory měly v mém celkovém výzkumném designu zastávat roli pilotní metody, která by celý výzkum otevírala. Zároveň jsem těchto skupinových sezení nakonec udělal více, než jsem původně předpokládal a předpovídal v návrhu výzkumného designu (viz Výzkumný design). Krom Kunratic jsem tak měl v záloze ještě 2 třídy ze ZŠ Vašatova a skupinu středoškoláků na Discordu, odkud jsem již záznam nahrán měl a kde bylo i více prostoru na dotazování samotné.

V Kunraticích jsem tak během hodin sesbíral na 1. otázku, jejíž znění je uvedeno níže, celkem 64 odpovědí:

#### **1. Jakému typu komunikace jste v uplynulém týdnu dávali přednost? (like online, srdíčko offline)**

Celkový počet 64 odpovědí jsem se snažil očistit od nesmyslných či nerelevantních odpovědí například od učitelů, kteří byli na hodiny taktéž připojeni a nespádali do zkoumané cílové skupiny. Celkový počet odpovědí je taktéž zkreslen tím, že ne ve všech třídách se podařilo odpovědi na tuto otázku posbírat.

Na tuto otázku jsem celkově ve všech třídách získal 52 (82 %) hlasů pro online a 12 (19 %) pro offline. V Microsoft Excelu jsem pak stvořil následující jednoduchý graf (viz Graf č.1)



*Obrázek č.17 Graf komunikačních preferencí žáků ZŠ Kunratice*

Z odpovědí a grafu je patrné, že většina žáků ZŠ Kunratice komunikovala online a jen necelá pětina tváří v tvář. Důležitý je zde však opět kontext. V době, kdy sběr probíhal, jsme stále byli v poměrně tvrdém lockdownu a denní přírůstky nakažených koronavirem se pohybovaly v řádech nižších tisícovek.

Druhá otázka byla čistě kvalitativní a ptala se po přídavných jménech, která vystihují online komunikaci.

**2. Napište alespoň 2 přídavná jména, v čem je podle vás online komunikace jiná oproti komunikaci tváří v tvář.**

Z hodin se mi podařilo posbírat 21 odpovědí na tuto otázku. Odpovědi jsem opět očistil od odpovědí irelevantních či odpovědí učitelů. V případě dvou přídavných jmen v jedné odpovědi jsem slova rozdělil po jednom. Ve výsledku jsem tak ze ZŠ v Kunraticích dostal korpus o 30 slovech – přídavných jménech, se kterým jsem mohl dále pracovat. Vzhledem k typu dat jsem se rozhodl, že nejlepší formou vizualizace bude mrak slov. K tomu jsem použil open source aplikaci pro textovou analýzu Voyant Tools, dostupnou na webu <https://voyant-tools.com>. Jelikož v některých případech byla v odpovědích dvouslovná spojení, vyřešil jsem to tak, že jsem tyto dvě slova spojil podtržítkem, aby nástroj obě slova nerozdělil a nepočítal jednotlivě.



Obrázek č.18 Mrak slov charakterizující online komunikaci u žáků ZŠ Kunratice (N=30)

Mezi nejčastěji zastoupená slova patřila: lepší a rychlá (po 3 výskytech) a neupřímná a nudná (po 2 výskytech)

Z mraku slov, ale i z dat samotných, je vidět, že mezi odpověďmi nepanuje větší shoda, jelikož je zde zastoupený zhruba stejný počet pozitivních i negativních reakcí. Žáci v Kunraticích tak vidí online komunikaci zároveň jako neupřímnou a nudnou, ale zároveň i jako stručnější, lepší a rychlejší. Tento rozpor je opravdu zajímavý a doufám, že se mi jej podaří rozkrýt v dalším výzkumu.

Co se týče individuálních odpovědí na otázky v hodinách, podařilo se mi ve svých poznámkách zachytit následující:

- **Komunikace online je bez citů, hůře se poznají emoce, vtip, sarkasmus.**
- **Ze smajlíků často nepoznají, jak to člověk skutečně myslí.**
- **Pro některé je plus, že se mohou více zamyslet nad tím, co napíšou a mají více času na odpověď než například v rozhovoru.**
- **Online komunikaci je těžší ukončit, protože tam není nějaké finální rozloučení a často si na zprávy s kamarády dále reaguji.**
- **Člověk se v online komunikaci méně bojí, protože ví, že mu člověk na druhé straně nic neudělá.**

I tyto výroky dle mého názoru dobře reprezentují nejednoznačnost panující v názorech na online komunikaci. Z jednotlivých dat se však zdá, že u většiny žáků převládá lepší náhled a názor komunikaci tváří v tvář, ale vzhledem k pandemickým opatřením, jich většina za uplynulý týden volila spíše online komunikaci.

Jako prvotní vstup do tématu pak hodnotím hodiny proběhlé v Kunraticích velmi kladně, protože mi pomohly nasměrovat ve výzkumu dále a zároveň tento pilot zodpověděl, jak vybrané otázky ve scénáři fungují v realitě.

### **10.1.2 ZŠ Vašatova**

Ze základní školy v Kladně jsem měl již k analýze více dat, než tomu bylo ze sběru v Kunraticích. To bylo zapříčiněno i tím, že z obou sezení, které proběhly ve třídách 9.A a 9.B, jsem měl audio nahrávky, ze kterých jsem pak zpracovával další výpisky. Vzhledem k objemu dat a počtu metod jsem nepřistoupil k doslovné či komentované transkripci, ale zvolil jsem si pro přepisy metodu shrnujících protokolů. Tato technika dle Hendla nezachovává celý text, ale z celého textu se provádí shrnutí, které má za cíl sjednotit úrovně obecnosti podávaných informací tak, aby bylo možné přistoupit k další abstrakci. Pomocí vytváření takovýchto shrnutí je možné zpracovat velké množství materiálu a redukovat jej do zvládnutelného objemu (2005). To byl přesně i můj případ. V momentech, kdy mi to dávalo smysl nebo jsem si myslel, že jsem narazil na nějaké důležité téma, jsem si vypsál citace participantů, které jsem pak chtěl využít k tomu, abych jednotlivým poznatkům dodal na uvěřitelnosti a podpořil tak mnou identifikovaná témata. Během psaní shrnujícího protokolu jsem se snažil pomocí techniky

otevřeného kódování řadit jednotlivá data do témat. Při kódování dat do témat jsem se snažil reflektovat hlavně frekvenci výpovědí se stejným či velmi podobným tématem a důležitost, kterou jim participanti přikládali. I když si uvědomuji, že v mnoha případech toto může být lehce zavádějící metrika.

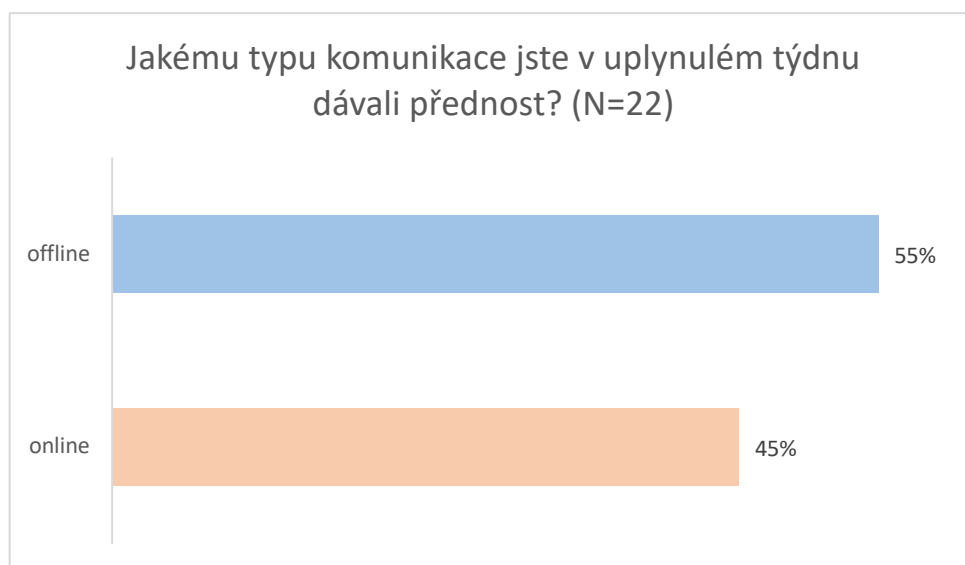
Co bylo však možné udělat téměř od stolu, byla analýza odpovědí na otázky, které jsem žákům zadával buď přes chat v Microsoft Teams, či jsem je posbíral přes Mentimeter. První otázka byla identická s otázkou, která se žákům pokládala v Kunraticích. Otázka druhá a třetí pak byla jen drobnou modifikací druhé otázky z Kunratic s tím rozdílem, že jsem se do tohoto dotazování rozhodl zařadit i otázku, jež se ptala po přídavných jménech charakterizujících offline komunikaci. Nesoustředil jsem se tedy pouze na charakteristiku online komunikace, ale i offline a to především z toho důvodu, že mi tento rozměr přišel zajímavý a v hodinách na ZŠ Vašatova na to byl prostor.

Pro kontext tedy znovu uvádím první otázku v plném znění:

**1. Jakému typu komunikace jste v uplynulém týdnu dávali přednost? (like online, srdíčko offline)**

Na první otázku jsem získal celkem 22 odpovědí za obě třídy. Toto číslo je již očištěno o nerelevantní odpovědi (ve 2 případech se mi stalo, že 2 participanti odpověděli oběma možnostmi najednou, a dali tedy like a srdíčko zároveň). Celkově vyšlo, že 10 žáků preferovalo online (45 %) a 12 žáků (55 %) preferovalo komunikaci tváří v tvář. Tento poměr je opravdu vyrovnaný a bylo zajímavé, že tento poměr online/offline vyšel v obou třídách po očištění dat naprosto identicky. Žáci ZŠ Vašatova v druhé polovině dubna 2021 dávali přednost osobnímu setkávání i přesto, že v té době probíhal stále poměrně tvrdý lockdown, i když již bez např. zavřených okresů, které se k 12.4. opět otevřely. Výuka v té době taktéž probíhala stále kompletně distančně pro ročníky od 2. stupně ZŠ výše. Když tento výsledek porovnáme s Kunraticemi, vidíme jasný rozdíl, protože tam většina (81 %) žáků preferovala online komunikaci.

Tuto základní frekvenční analýzu jsem se opět rozhodl doplnit jednoduchým grafem z Excelu:



*Obrázek č.19 Graf komunikačních preferencí žáků ZŠ Vašatova v Kladně*

Druhá otázka zněla takto:

**2. Napiš alespoň 2 přídatná jména, která dle tebe vystihují online komunikaci.**

Na tuto otázku jsem získal celkem 27 odpovědí z obou tříd. Protože jsem chtěl, aby data z jednotlivých typů sběrů šlo mezi sebou porovnávat, přistoupil jsem ke stejnému postupu jako v případě Kunratic. Odpovědi jsem rozdělil do jednotlivých slov, abych mohl opět provést rychlou analýzu přes nástroj Voyant Tools. Jelikož tentokrát bylo odpovědí znatelně více, musel jsem data více čistit. Vzhledem k tomu, že se v celkovém korpusu nacházelo hodně slov v podobném tvaru, jen jinak vystupňovaných – např. zábavná/zábavnější, rozhodl jsem se takový typ odpovědí přepsat do jednotného tvaru, protože tato slova vnímám významově jako velmi podobná. Po rozdělení odpovědí po jednotlivých slovech a očištění dat jsem pracoval s korpusem o 54 slovech, který opět vizualizuji mrakem slov vytvořeným ve Voyant Tools.



Celkem jsem na online hodinách sesbíral 25 odpovědí na tuto otázku, z nichž se mi podařilo vytvořit korpus o 59 jednotlivých slovech. I zde probíhal postup naprosto identicky, včetně čištění dat a analýzy frekvencí slov a následné vizualizace ve webovém nástroji Voyant Tools.

Z otázky na slova vystihující komunikaci tváří v tvář vznikl tento mrak slov:



*Obrázek č.21 Mrak slov charakterizující online komunikaci u žáků ZŠ Vašatova v Kladně (N=59)*

Nejvíce se mezi odpověďmi objevovala slova: zábavná (11 výskytů), lepší (8 výskytů), upřímná (6 výskytů) a komunikativní (4 výskyty). Zde už spatřuji mezi žáky větší shodu, než tomu bylo v případě slov, která si spojují s online komunikací, jelikož většina objevujících se výrazů je zde pozitivních. I proto se domnívám, že i žáci z Kladna nahlíží na komunikaci tváří v tvář lépe, než právě na online. Jejich odpovědi nejsou tolik rozdílné a celkově vidí komunikaci tváří v tvář jako lepší, zábavnější, upřímnější a pro ně samotné i jako příjemnější, plnější.



Co se týče dat ze skupinových rozhovorů se žáky, rozhodl jsem se zde vypsát jednotlivá témata a poznatky, která jsem během otevřeného kódování identifikoval jako důležitá a která se i zároveň ve výpovědích žáků opakovala. Tam, kde mi to dávalo smysl, jsou tyto okruhy doplněné o citace, jež jsem se snažil přepisovat v co nejpřesnějším znění, mnohdy jsem však byl nucen citace očistit o některá výplňková slova, abych zlepšil jejich srozumitelnost v psané podobě.

**Většina žáků dává přednost komunikaci tváří v tvář s lidmi, které už znají. V Covidu však často preferují online komunikační kanály hlavně z nedostatku jiných možností či bezpečnosti.**

*„Je to složité, jsme odstěhovaní, mám tu jen jednoho kamaráda, takže dávám přednost chatu. Jinak z očí do očí, můžeme se i dotknout. Kdyby to šlo, tak se scházíme častěji, ale žijeme strašně daleko od sebe.“*

*„Vzhledem k tomu, že je Covid, tak preferuju spíš online, ale kdyby se to zlepšilo, tak bych šel ven, to určitě. Ale ten Covid, je fakt jako... Moje mamka pracuje na JIPce, na Covid urgentu pracovala a tam normálně lidi fakt vezli mrtvolu a tak, prostě je to strašný. Myslím, že kdyby to lidi ještě chvíli vydrželi, jako online, tak by to bylo lepší, ale myslím, že jestli to rozvolní, tak se to akorát ještě zhorší.“*

*„Se svými kamarády komunikuju hodně často online i osobně, tam se toho tolik nezměnilo. Ale co se týče těch spolužáků, nevím jak to vysvětlit, ale už jen díky tomu, že spolu komunikujeme online, tak si udržujeme komunikaci, ale i když bych byla radši abychom se už viděli, tak to kvůli té situaci nejde.“*

Zde pro kontext ještě dodám, že někteří z žáků byli během distanční výuky odstěhovaní například k prarodičům či jiným rodinným příslušníkům, protože doma neměli pro online výuku dostatečné zázemí či jejich rodiče byli pracovně vytížení. I to je důvodem, proč někteří z nich volili spíše online komunikaci, protože se ocitli v novém prostředí bez svých kamarádů a sociálních kontaktů. Pro některé také škola fungovala jako místo socializace a setkávání s kamarády, spolužáky, protože jinak žijí mimo město, kam chodí do školy.

**Online komunikace je pro většinu neupřímná, neúplná a často postrádá potřebné emoce k pochopení významu zpráv.**

*“Když vám napíše někdo cizí, tak vy ani nevíte, jestli je to ten člověk, za koho se vydává. A když je to třeba váš kamarád, tak ani nevíte, jakým tónem to myslel, že když na něj vidíte, tak víte, jakým tónem to říkal.”*

*„Když do zpráv (kamarádka) nedá emoce, třeba ty smajlíky, tak já to prostě nepoznám a občas jsme se prostě chytli, jenom kvůli tomu, že jsme nepochopili zprávu, blbou.”*

*„Lidi se schovávají za monitory, není na to takový důraz, jako bysme se viděli z očí do očí.”*

*„Hodně lidí v reálu neřekne tolik, jako napíše. Dělej něco na internetu a pak to třeba nedokážou udělat v té realitě, prostě si hrajou na něco, co nejsou a pak se prostě boje.”*

Objevily se ale i názory, že tento názor není černobílý a online komunikace nemusí být nutně nudná a neúplná. V některých případech může být pro komunikující třeba i jednodušší.

*„Nesouhlasím s tím, že to je nudný, ve své podstatě to může být stejně zábavný jako s normálním člověkem, často jsou takový ty hlasové zprávy, kteří přidají ten tón hlasu, abychom si každé uvědomili, jak kdo mluví. Podle mě se to dá udělat nějaký způsobem, aby to bylo úplný.”*

*„Osobní komunikace může být zábavnější, ale je těžší se k tomu zábavnějšímu dostat. Když si s někým píšete, tak je lehčí se k tomu zábavnému dostat, ale zase když už je to zábavný, s někým někam jít nebo si povídat, tak je to často zábavnější než online.”*

*“Než se třeba dostanu do toho, že se uvolním, tak to dýl trvá (v offline komunikaci).”*

**Karanténa a omezení sociálních kontaktů měly dopad na jejich duševní zdraví, ale i na jejich vidění používání technologií a online komunikace.**

*„Když si online povídám s kámošema, tak si povídám úplně normálně, a když jsem potkal kámoše před školou, tak jsem byl i nervózní, ani nevím proč, ale jak se dlouho nestýkám s lidma, protože ten Covid, tak je to všechno těžší.“*

*„Rodinu mám povětšinou v jiným kraji a okrese, takže jsem z toho vyčerpaná i smutná, hlavně když uzavřeli ty okresy, a nemohla jsem jet třeba za tátou, tak to bylo hrozně těžký a složitý.“*

*„Začala jsem vnímat, že jak v poslední době trávím veškerý čas na internetu, tak mě v poslední době hrozně nebaví někomu odepisovat. Třeba dřív, když jsem se s lidma vidala tak i tak, tak když mi někdo napsal, tak jsem hnedka odpověděla, protože se mi chtělo. Ale teďka když vidím, že mi někdo píše, tak se mi strašně nechce odpovídat, nechávám to na pozděj a odpovídám třeba za strašně dlouho a přijde mi, že tohle se změnilo u mě hrozně. Mám jen maličkej zlomek lidí, u kterých se těším na tu odpověď a tak.“*

**Osobní kontakt s kamarády nejčastěji nahrazovali chatem, voláním či společným hraním videoher.**

*„S těma kamarádama můžem cokoliv zahrát nebo si napsat, a přitom kdybysme se chtěli vidět naživo, tak teď jsou nějaký opatření, nebo to musíme nějakým způsobem naplánovat a všechno.“*

*„Já jsem se zase začal bavit víc s lidma, který neznám, přes internet. To pro mě nebyla velká věc, předtím. Ale jak jsem teď dlouho sám doma, tak hraju nějaký hry online a takovýhle věci, a potkávám lidi na internetu víc, než dřív. A možná to právě udělalo to, že je mi příjemné mluvit fyzicky, tváří v tvář, ale zase záleží na člověkov, s kým mluvím.“*

**Jako jeden z benefitů online komunikace vnímají její jednoduchost, rychlost a možnost promyslet si své psané zprávy.**

Toto je ostatně i téma, které se objevilo jak v mracích slov, tak i v Kunraticích. Spojení s kamarády, rodinou je pro ně obzvlášť v pandemii a během opatření jednodušší a rychlejší.

*„Myslím, že je to jednodušší, hlavně kvůli té organizaci a času, takhle to zapnem a můžu volat, hned.“*

*„Když si zavoláme, je to pro mě snadnější, nejsem z Kladna, tak bych musel dojíždět a je to pro mě takový složitější.“*

Téma možnosti promyslet si více své zprávy se mezi žáky taktéž objevilo. Většina žáků, se kterými jsem mluvil, však tuto vlastnost online psané komunikace brala spíše jako určitou výhodu než něco, kvůli čemu by preferovali nebo ve velké míře začali preferovat online komunikaci před osobním kontaktem. Myslím, že dystopická předpověď dle Sherry Turkle se ani v tomto případě nekoná.

*„Přijde mi to dobrý v tom, že si můžete promyslet co řeknete v tom chatu. Ale zase na druhou stranu mám kolikrát problém správně vyjádřit, to, co si myslím, tak nedokážu přepsat do té zprávy, tak, aby to vyznělo tak, jak si myslím, takže z očí do očí to umím říct prostě líp.“*

*„Konverzace přes internet, nebo smska, má tu výhodu, že si tu zprávu můžeme rozmyslet, nemusíme jí hnedka říct anebo když jí pošleme, tak jí ještě můžeme smazat, přičemž, když se bavíme s tím člověkem, tak asi k němu nepřijdeme a nevymažeme mu paměť za poslední 2 minuty.“*

### **10.1.3 Discord**

Pro analýzu dat z Discordu, kde jsem mluvil se 4 pražskými středoškoláky okolo 16 let, jsem se rozhodl pro úplně stejný postup jako právě při analýze skupinového rozhovoru ze ZŠ Vašatova. K dispozici jsem měl kompletní audiozáznam, takže mi nic nebránilo ve tvorbě shrnujícího protokolu a kódování dat dle témat.

Tak jako v předchozí podkapitole, i zde postupně vypisuji jednotlivá zjištění. Ta se snažím řadit dle jejich frekvence a důležitosti.

**Když si mohou vybrat, dávají přednost osobnímu setkání nebo alespoň videohovoru. Online komunikace často funguje jako platforma, kde tato osobní setkání domlouvají.**

*“Moc nerada si píšu, je to takový neosobní, spíš si domluvím s lidma sraz, nebo nějaký informační věc, který potřebuju vědět nebo něco. Ale že bych si s lidma vyložene psala, třeba jak se maj a tak, to spíš už zavoláme, třeba FaceTime, to už je takový trochu spíš osobní. Kvůli koronaviru se vidím s lidma míň.”*

**Online komunikaci vnímají jako rychlou, ale také jako spíše neupřímnou a často zavádějící. Lidi, kteří preferují řešit problémy spíše online než osobně, považují za zbabělé a falešné.**

*„Nemusí to být tak upřímný. Třeba ty emotikony jsou takový, že to ty lidi tak neprožívaj třeba v ten moment. Upřímně, řešit třeba problémy přes telefon, je pro hodně lidí takový jednodušší a mně to přijde dost zbabělý, když ten člověk neřekne pojd' ven, vyříkáme si to, ale prostě to napíše, protože napsat to je samozřejmě lehčí, než to tomu člověku napsat do očí.”*

*„Přijde mi to jako fake, není reálná ta komunikace. Když si s někým píšu, tak mu nevidím do obličeje, nevím, co si myslí, není rozumět ironie a tak.”*

Schválně jsem během tohoto rozhovoru přidal i doplňující otázku na to, co si myslí o lidech, kteří preferují online psanou komunikaci z důvodu, že si mohou své lépe promyslet. Chtěl jsem si tak dále ověřovat, jak na tuto domněnku Sherry Turkle reagují dnešní zástupci generace Z u nás.

I v tomto případě se mi však dostalo odpovědí, že takovou komunikaci považují za neupřímnou, nereálnou a preferují spíše spontánní odpovědi v mluvené komunikaci než předem rozmyšlené odpovědi v psané formě na nějaké online platformě.

*„Tohle způsobuje tu neupřímnost toho. Není to spontánní odpověď ale taková promyšlená dopředu.”*

*„Takhle život funguje, že ti někdo něco řekne a ty na to musíš reagovat.”*

Co bylo ovšem zajímavé, tak byly jejich domněnky o tom, že takoví lidé spíše žijí svými obrazy sebe sama na sociálních sítích a počítáním lajků, než běžným životem. Takové lidi vnímají

s despektem, než aby se mezi ně řadili. Velkou důležitost totiž kladou na opravdovost a upřímnost kamarádství, čemuž online komunikace dle jejich názoru neprospívá.

*“Většinou jsou tam takoví, jaký by asi chtěli bejt, a přijde mi to, že je to takový všechno fake. Přijde mi, že osobní kontakt s lidma je vždycky lepší, tam se vždycky pozná, jaký ten člověk je a podle mě není důležitý mít tolik kamarádů, ale je hlavní mít pravý kamarády a nemusí jich být hodně.”*

*„Když jsem viděla na Netflixu dokument Social Dilemma, tak jsem si hrozně začala uvědomovat svoji závislost na telefonu a celkově, ale já takové lidi i znám a spíš mi přijde, že hrozně nejsou ready na život. Nejsou ready na pracovní pohovory, protože tam prostě nedokáží být spontánní a jako třeba na vztah tak prostě...to nefunguje. Myslím, že to jako pocítí hodně do života.”*

*„Na mých kamarádech mi nejvíc záleží na tom, aby byl real, ten člověk. Protože to je to nejlepší, co může bejt, když jste k sobě vzájemně upřímný. A myslím, že když to jde přes tu online komunikaci, tak se tam tohle zas tak neděje.”*

**Nedostatek sociálního kontaktu vnímají negativně, ale někteří si zvykli natolik, že jim tato nová realita začala vyhovovat.**

Jelikož k tomuto zjištění jsem měl poznamenané dvě citace od dvou participantů, kteří na sebe v rozhovoru reagovali, uvádím u těchto dvou citací oba řečníky, jenž jsem označil jako A a B.

A: *„Jak je ten Covid, tak vůbec nepoznávám nové lidi a mám jen pár kamarádů, se kterými se vídám, ale štve mě na tom, že už nepoznávám nové lidi.”*

B: *„Mám to stejně, ale i mi přijde, že jsem to jako přestala vyžadovat, že jsem si tak moc zvykla, že je to pro mě z jedné strany pohodlnější, což je trochu děsivé. Rozhodně mám mnohem méně kontaktu s lidma i telefonicky, i netelefonicky, než jsem mívala a začínám si na to až moc zvykat, že jsem prostě sama. Na jednu stranu se teď dokážu dobře zabavit sama, dřív jsem byla dost závislá na lidech, ale taky mnohem méně lidi vidím a to ani nechci moc.”*

*„Mám příležitost chodit ven, ale často odmítám lidi, protože jsem líná, já vlastně nejsem líná, ale nějak mě to odvyklo prostě. Že se ze mě stal takovej introvert.“*

*“Je to tak divný pro mě, že se nikde nic neděje, že jsem doma prostě.”*

Krom tohoto většího uzavírání do sebe sama v důsledku lockdownů, participantů žádné další dopady na své duševní zdraví neuvedli.

**Po opadnutí nejtěžších opatření se někteří osobně vídají s kamarády či vrstevníky i ve větší míře než před Covidem.**

K tomuto ještě pro kontext uvedu, že tento rozhovor proběhl 25. dubna, tedy v době, kdy stále probíhala distanční výuka pro všechny krom 1. stupňů ZŠ a stále byla zavřená většina služeb jako jsou restaurace, bary či kluby.

*„Ze začátku jsem se s lidma vídal daleko míň, ale dál jsem se stýkal s kamarádama normálně a vlastně jak je ta korona, tak se stýkám s některýma lidma víc, než kdyby korona nebyla.“*

*“Každý den je pomalu stejnej, nejsou žádný sporty, kroužky nic, tak většinou se skoro každý den s někým vidím.”*

*„Nic se nezměnilo, vždycky jsem se snažil lidi vidět spíš v realitě, a tak jsem se snažil to skloubit i s Covidem.“*

**Při komunikaci online si nejčastěji domlouvají osobní setkání, krátce sdílí novinky, posílají vtipné memy, reagují na Stories na Instagramu nebo hrají hry.**

Co se týče psané komunikace, většina se shodla na tom, že té věnují v poměru k jiným metodám jen malé množství času. Nejčastěji využívají nějakou formu chatu ke krátkému sdílení novinek ze života, často jen v podobě krátkých reakcí, vtipných memů či posílání emotikonů na Stories na Instagramu (Instagram Stories jsou součástí sociální sítě Instagram. Jedná se o funkci, která umožňuje sdílet textová sdělení, fotografie nebo videa, jež jsou dostupná pouze po omezený čas. Příběhy je možné si přehrát během 24 hodin, poté zmizí).

Ve večerních hodinách, nebo když se nemůžou vidět, tak hrají hry a volají si u toho na Discordu. Když jsem se doptával, zda se tato online aktivita nějak změnila s ohledem na Covid, bylo mi řečeno, že nikoliv a že si naopak možná volali a hráli ještě víc před Covidem. Pro ně to tedy není nový komunikační kanál, který by si vytvořili specificky kvůli Covidu, což se snažím v této práci mapovat.

*„Je to hrozně fajn, často jsou to hodiny nebo časy, kdy lidi nemůžou ven, takže ten člověk nemusí být sám a může s nima stejně mluvit, i když to nejde.“*

*„Kluci většinou hrajou nějaký hry, já třeba u toho dělám školu a u toho si tak voláme, že jako tak pokecáváme.“*

### **Lidi mladší než oni vnímají jako závislejší na telefonech a technologiích.**

Je zajímavé, že ačkoliv všem účastníkům tohoto rozhovoru bylo okolo 16 let, vnímali mezi sebou a mladšími, než jsou oni, výrazný rozdíl v používání technologií a online komunikaci. Domnívají se, že mladší lidé jsou na těchto věcech závislejší než oni. Přisuzují to tomu, že takoví lidé dostali chytré telefony ještě dřív než oni. Když jsem se ptal, v jakém věku dostali svůj první telefon, většina odpověděla, že kolem 3. třídy dostali tlačítkový telefon a zhruba začátkem druhého stupně ZŠ začala většina používat dotykový telefon s možností připojení k internetu. Taktéž si myslí, že díky tomuto bylo jejich dětství hezčí, jelikož nebylo tolik ovlivněno telefony a technologiemi.

*„Přijde mi, že lidi mladší než my, klidně i 2 roky, tak jsou na to hrozně navyklí, víc jak my, jsou na tom víc závislejší, bych řekla.“*

*„Dostali jsme mobily mnohem pozdějš, mi přijde. Lidi, co jsou teď třeba v 6-7. třídě, tak dostali mobil třeba ve školce, to mi přijde takový děsivý třeba.“*

### **Když mají kontaktovat někoho neznámého, raději mu napíší, než aby mu zavolali.**



Ačkoliv je toto zjištění již poměrně mimo mé výzkumné téma a otázky, rozhodl jsem se jej zařadit čistě pro zajímavost. Částečně totiž potvrzuje slova Sherry Turkle, která v knize *Alone Together* uváděla následující – pro kontext uvádím přeloženou citaci z knihy:

*„Teenageři utíkají před telefonáty. Možná ještě překvapivější je, že to dělají i dospělí. Tvrdí, že jsou vyčerpaní a nemají čas; jsou neustále na příjmu, jejich čas je vysoce využitý díky multitaskingu, a hlasové komunikaci mimo úzký okruh lidí se vyhýbají, protože vyžaduje jejich plnou pozornost, kterou nechtějí věnovat.“ (2011)*

Tento výrok mi participanté na rozhovoru víceméně potvrdili. Neptal jsem se jich sice, zda je důvodem multitasking, kterého se nechtějí vzdát nebo jejich vytíženost. Spíše to vypadá, že s lidmi mimo okruh svých přátel zkrátka netelefonují a telefonování vnímají jako schůdnou komunikační aktivitu pro lidi, které dobře znají.

*„Než se dva lidi poznají, tak neznají toho druhého, aby se mu úplně otevřeli. A když si volají, tak zaprvý to nikdo moc nedělá a je to takový hodně otevřený, že nejdřív toho druhého chceš jako ořukat (přes chat).“*

*„Nedokážu zavolat člověku, co neznám. Ani neznám nikoho, kdo by to dělal třeba.“*

## **10.2 Deníkové studie**

V této podkapitole bych se blíže podíval na analýzu dotazníků, které jsem sbíral po dobu jednoho týdne na ZŠ Vašatova mezi žáky 7. tříd. Celkem jsem vybral 58 dotazníků na ZŠ Vašatova. Pouze 3 participanté vyplňovali dotazník celých 7 dní, zbylé odpovědi byly tedy neúplné. Celkem jsem na tomto vzorku napočítal 16 unikátních participantů. Tento stejný dotazník jsem posílal i na pražské Gymnázium Arabská, kde mi jej vyplnili pouze 4 participanté ze 3. ročníků. Stále se však jednalo o použitelná data, a proto jsem i tyto odpovědi zařadil do zkoumaného datového souboru. Analýza tak proběhla na 61 odpovědích od 20 unikátních participantů převážně ze 7. tříd ZŠ v Kladně.

Jelikož je takový datový soubor stále poměrně malý, rozhodl jsem se pouze k frekvenční analýze, tedy třídění prvního řádu. Další třídění jsem na těchto datech nedělal z důvodu malého

a nereprezentativního vzorku. Data byla analyzována převážně v Microsoft Excel, Google Sheets a IBM SPSS.

### 10.2.1 1. indikace – frekvence komunikace

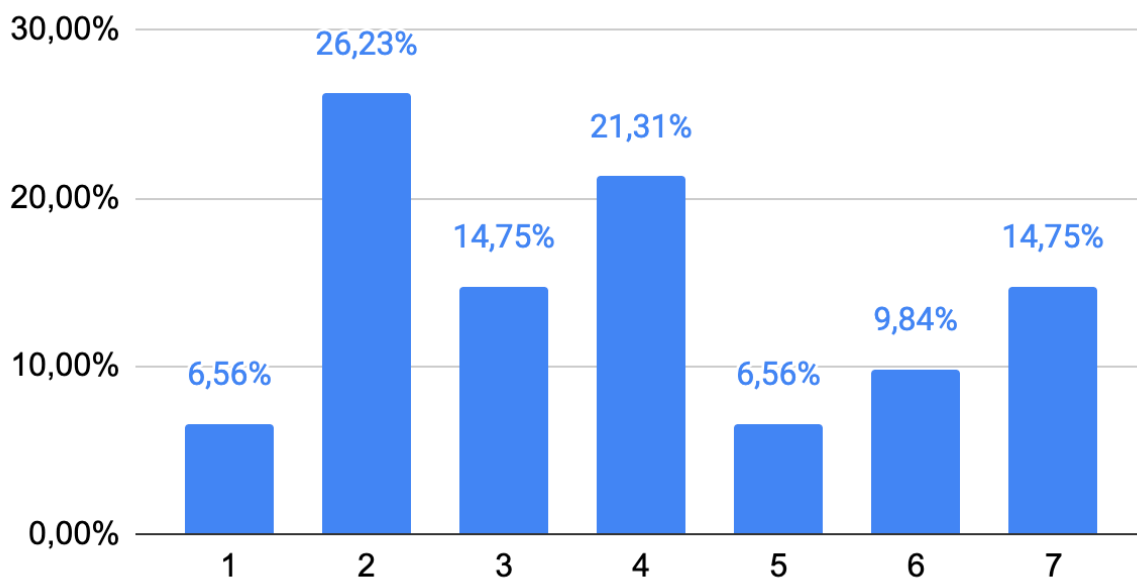
Statistics			
		Frekvence_o nline	Frekvence_o ffline
N	Valid	61	61
	Missing	0	0
Mean		3.84	5.20
Median		4.00	6.00
Std. Deviation		1.899	2.104

*Tabulka č. 2 Frekvence odpovědí na úvodní otázky – Jak moc jsi tento den komunikoval/a s kamarády online/offline.*

Nahoře (viz Tabulka č.2) vidíme průměrné hodnoty a medián na 1. indikaci, a to frekvenci online/offline komunikace za den na stupnici 1 až 7. U online komunikace vidíme, že průměrná hodnota je 3.84 a medián 4,00, což odpovídá zhruba prostřední, neutrální možnosti na stupnici. U osobní komunikace je pak průměr 5,20 a medián 6,00, což zhruba odpovídá předposlední nejvyšší možnosti. Zde velmi hezky vidíme, že mladí v tomto vzorku komunikovali spíše osobně než online.

Taktéž se níže podívejme na grafy, které více přibližují rozdělení jednotlivých odpovědí za obě otázky.

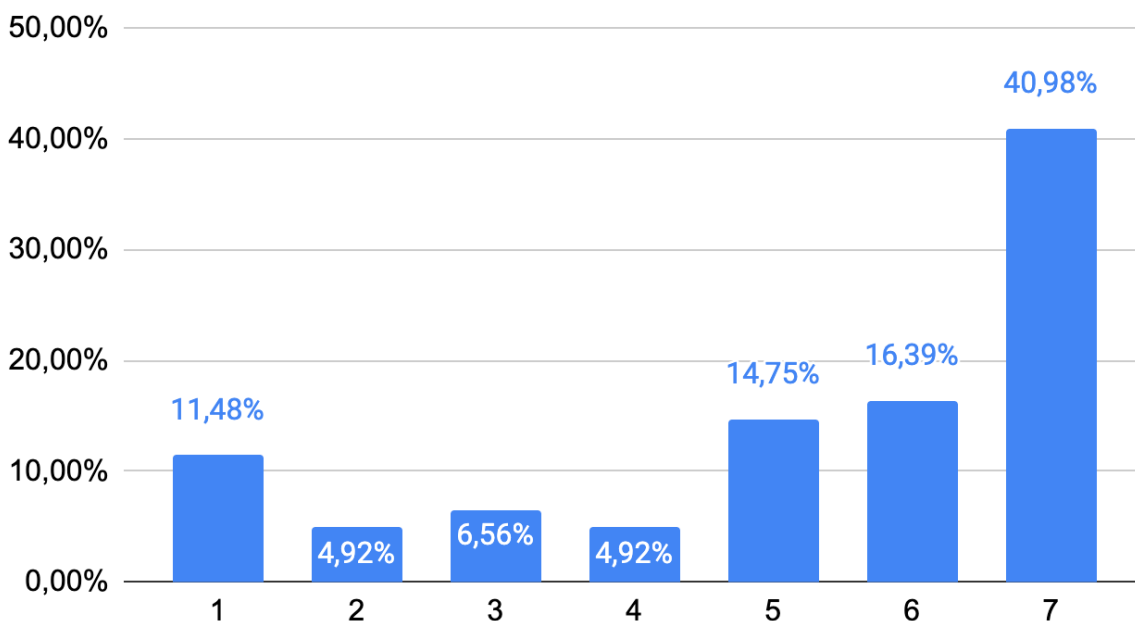
### Jak moc jsi tento den komunikoval/a s kamarády online? (N=61)



*Obrázek č.22 Rozdělení odpovědí na otázku hledně frekvence online komunikace.*

Zde pak můžeme blíže vidět rozdělení konkrétních odpovědí na otázku „Jak moc jsi tento den komunikoval/a s kamarády online?“ na škále 1-7, kde 1 bylo „Velmi málo“ a 7 „Velmi hodně“. Vidíme, že nejvíce zastoupeny jsou možnosti 2 (26,23 %), 4 (21,31 %) a 3 a 7 (obě 14,75 %), zbylé možnosti mají pak všechny pod 10 %. Nejvíce odpovědí napočítáme v levé straně škály včetně jejího středu (dohromady 68,85 %).

Jak moc jsi tento den komunikoval/a s kamarády tváří v tvář? (N=61)



Obrázek č.23 Rozdělení odpovědí na otázku ohledně frekvence osobní komunikace.

U osobní komunikace vidíme, že participanti nejvíce volili možnost 7 (40,98 %), 6 (16,39 %) a 5 (14,75 %). Zde je velmi dobře vidět, že valná většina odpovědí se pohybuje na pravé straně škály (72,12 %).

Můžeme tedy říct, že participanti měli nejčastěji přibližně o polovinu více osobní komunikace než té online

### 10.2.2 2. indikace – pocity z komunikace

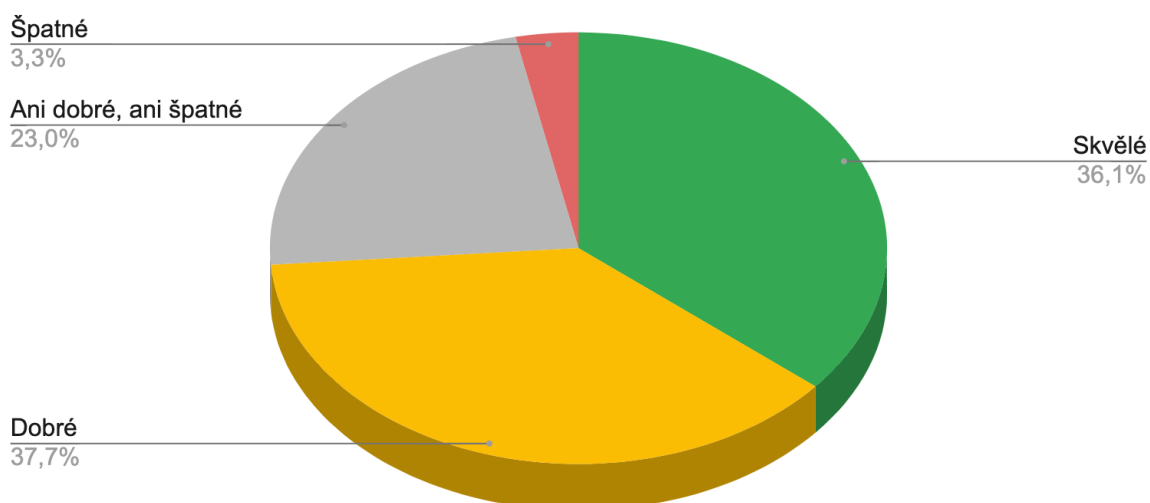
Druhou indikací byly odpovědi na pocity, které mladí lidé měli z online či offline komunikace za daný den. Odpovídat mohli na škále 1-5, kde jednotlivé odpovědi byly: „Hrozné“, „Špatné“, „Ani dobré ani špatné“, „Dobré“, „Skvělé“ a byly znázorněny smajlíky (více viz kapitola Sběr dat).

Statistics			
		pocity_online	pocity_offline
N	Valid	61	61
	Missing	0	0
Mean		4.05	4.36
Median		4.00	5.00
Std. Deviation		.845	.932

*Tabulka č. 3 Frekvence odpovědí na pocitové otázky – Jaké máš pocity z online/offline komunikace pro tento den?*

Na tabulce č.3 vidíme, že průměrná hodnota pro pocity z online komunikace byla 4,05 a medián pak 4,00, což odpovídá odpovědi „Dobré“. O trochu lepší pocity měli lidé z komunikace tváří v tvář, kde průměrná hodnota je 4,36 a medián 5,00, což odpovídá odpovědi „Skvělé“.

Pocity z online komunikace (N=61)

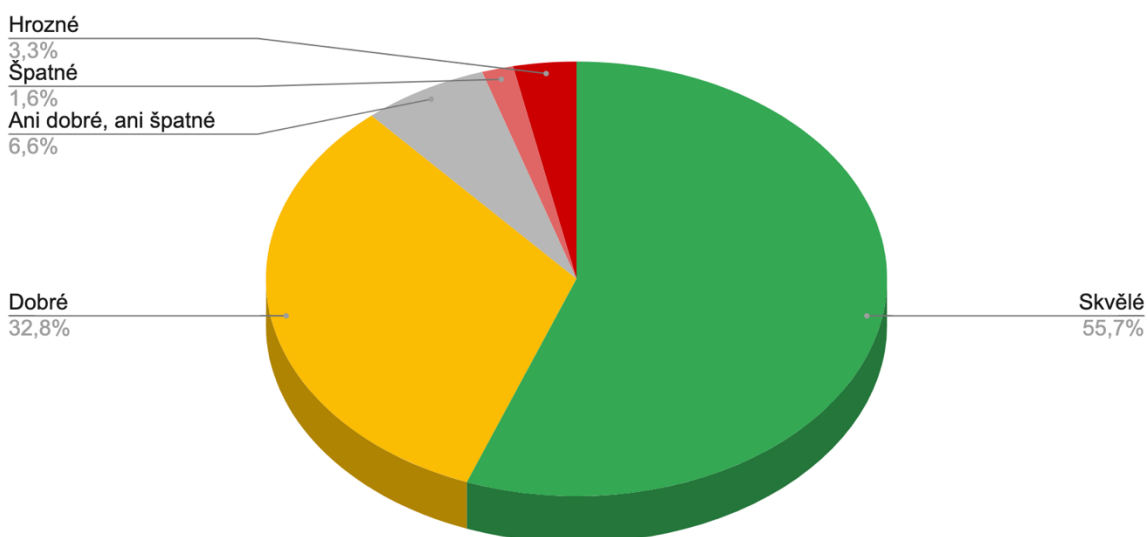


*Obrázek č.24 Graf rozdělení odpovědí na otázku ohledně pocitů z online komunikace.*

Předem se chci omluvit, že výsledky v tomto a následujících grafem zaokrouhlované na jedno desetinné místo, zatímco v jiných částech této kapitoly jsou výsledky zaokrouhlovány na dvě desetinná místa. Bohužel jsem nenašel ani po důkladném hledání nenašel možnost, jak v Google Sheets ovlivnit počet desetinných míst na popiskách vizualizací.

Frekvence jednotlivých odpovědí na otázku „Jaké máš pocity z online komunikace pro tento den?“ vidíme na grafu výše. Nejvíce odpovědí nasbírala možnost „Dobré“ (37,7 %), „Skvělé“ (36,1 %) a neutrální „Ani dobré, ani špatné“ (23,0 %). Většina odpovědí však spadá do kladné poloviny škály (73,8 %). Skoro čtvrtina odpovědí je však neutrálních. Možnost „Hrozné“ v grafu není zastoupena, protože žádná taková odpověď nebyla zaznamenána.

Pocity z osobní komunikace (N=61)

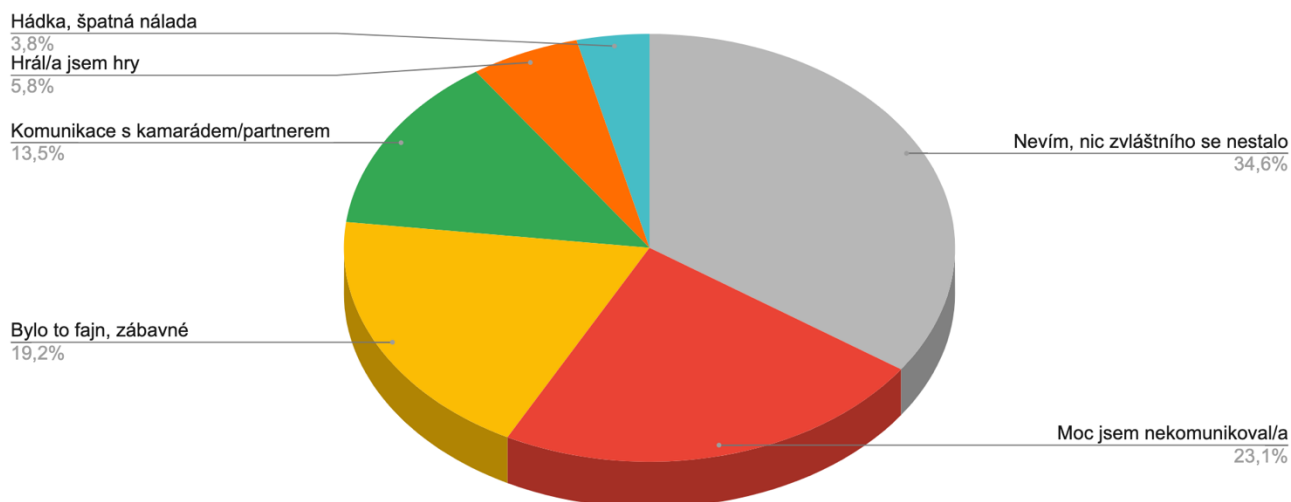


Obrázek č.25 Graf rozdělení odpovědí na otázku ohledně pocitů z osobní komunikace.

Jak bylo řečeno výše, lidé měli z osobní komunikace lepší pocity než té virtuální. Skoro většina odpovědí (88,5 %) se pohybuje na kladné polovině škály. Nejčastější odpovědi jsou pocity „Skvělé“ (55,7 %) a „Dobré“ (32,8 %).

Další otázka, jež zněla „Proč jsi měl/a z online komunikace dnes právě tento pocit?“ byla otevřená a bylo tak nutné otázky zakódovat do nejčastěji se opakujících témat a očistit data od nerelevantních či zbytečných odpovědí. U této otázky se mi taktéž povedlo, že jsem jí zapomněl v dotazníku označit jako povinnou, takže kdo chtěl, tak ji mohl přeskočit. Následkem toho, jsem v 9 případech dostal pouze prázdné hodnoty, které jsem z analýzy vyřadil.

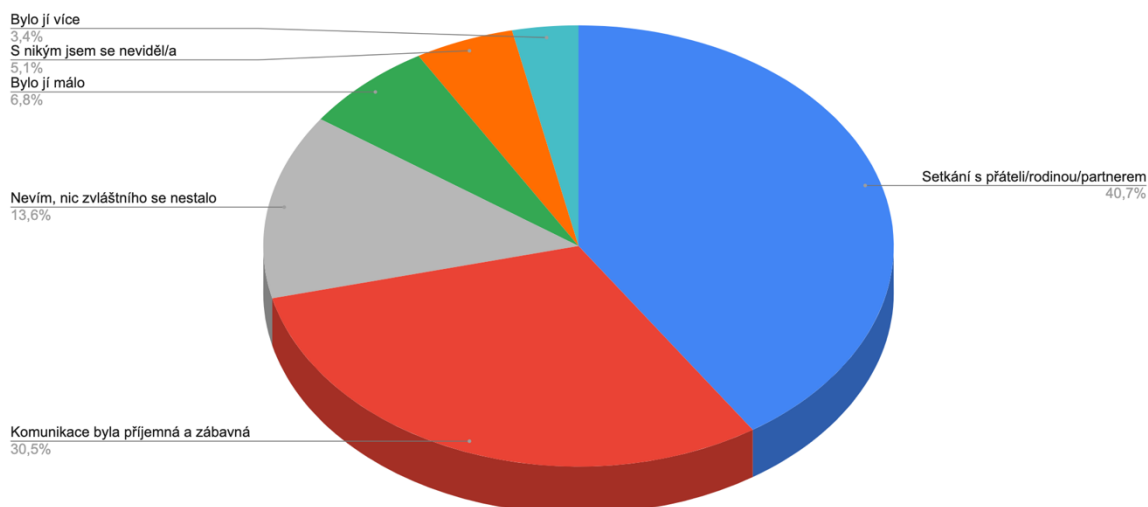
Proč jsi měl/a z online komunikace dnes právě tento pocit? (N=52)



*Obrázek č.26 Důvody na otázku „Proč jsi měl/a z online komunikace dnes právě tento pocit?“*

Graf tak díky tomu vychází z 52 odpovědí a nikoliv z 61. Zbylé odpovědi se mi podařilo zakódovat do celkem 6 kategorií, které blíže vidíte na grafu. Zde největší zastoupení drží pasivní typ odpovědi „Nevím, nic zvláštního se nestalo“ s 34,6 %, na druhém místě je pak nedostatek komunikace s 23,1 % a třetí místo drží důvody typu, že komunikace byla příjemná a zábavná s 19,2 %. 13,5 % žáků uvedlo jako hlavní důvod to, že měli možnost mluvit se kamarádem či partnerem. Pouze 5,8 % uvedlo hraní her. Nejméně častým důvodem byly hádky, špatná nálada (3,8 %).

Proč jsi měl/a z online komunikace dnes právě tento pocit? (N=59)



Obrázek č.27 Důvody na otázku „Proč jsi měl/a z osobní komunikace dnes právě tento pocit?“

Přesně to samé jsem udělal i s otázkou ohledně osobní komunikace. Tam jsem při čištění dat byl nucen odstranit 2 odpovědi, které byly pro analýzu nerelevantní. Pracoval jsem tedy s 59 odpověďmi místo původních 61. Z důvodů, kteří lidé uvedli, bylo na prvním místě setkávání s přáteli, rodinou či partnerem (40,7 %), jako druhý nejčastější důvod lidé uváděli, že komunikace byla příjemná či zábavná (30,5 %). Na třetím místě jsou pak pasivní odpovědi typu, že lidé neví nebo se nic zvláštního nestalo (13,6 %). Zbylé odpovědi byly pak již v jednotkách zmínek i procent. 6,8 % uvedlo jako důvod to, že osobní komunikace bylo málo, 5,1 % pak to, že se s nikým neviděli, 3,4 % lidí uvedlo, že osobní komunikace bylo více.

Jak můžeme vidět z tabulek a vizualizací, ačkoliv u otázek na pocity ohledně obou typů komunikace převládají pozitivní pocity, většina lidí měla z osobní komunikace zhruba o 15 % lepší pocity než z té online (online 73,8 % vs. offline 88,5 %). Z online komunikace taktéž více lidí mělo neutrální pocity, než z té osobní (online 23,0 % vs. offline 6,6 %). Co je pozitivní, je fakt, že čistě negativní pocity, se objevovaly v obou případech pouze v jednotkách procent. Když se podíváme na důvody těchto pocitů, u osobní komunikace je hlavní důvodem daleko častěji setkání s nějakým blízkým člověkem a to, že komunikace byla příjemná a zábavná, než je tomu v případě online komunikace, kde více než jednu třetinu drží neutrální, spíše pasivní odpověď „Nevím, nic zvláštního se nestalo“.

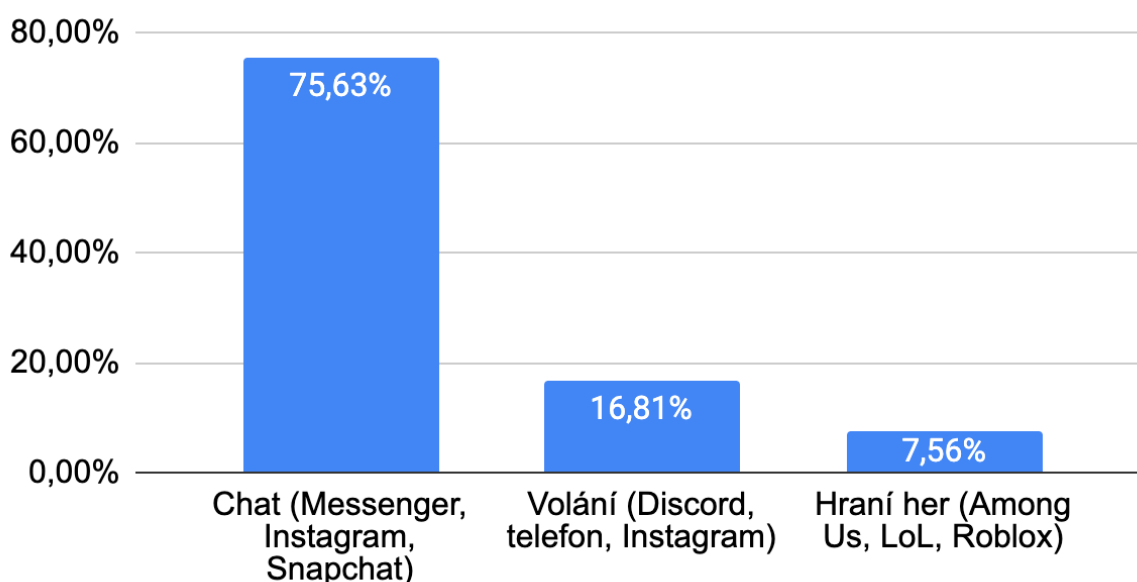


### 10.2.3 3. indikace – příklady komunikace

Jednou z nejzajímavějších indikací, byly pro mě příklady komunikací, které měli sami participant uvádět v každém vyplněném dotazníku za daný den. Otázka pro online komunikace zněla takto: „3+ příklady – kde, jak a s kým online komunikace probíhala?“. Jelikož se jednalo o otevřenou otázku, při analýze jsem znovu narazil na nutnost všechna sebraná data kódovat do nějakých smysluplných, opakujících se celků. Problém mi trochu dělal fakt, že každý měl možnost uvést ideálně 3 a více příkladů do jednoho textového pole, tudíž jsem v surových datech musel všechny příklady vypsané v jedné excelovské buňce. Vyřešil jsem to tím, že jsem jednotlivé příklady rozdělil do buněk tak, aby každý jeden příklad byl v jedné, a já si tak trochu zjednodušil kódování. Pro usnadnění práce bych tak v tomto případě do budoucna spíše doporučil při dotazování zvolit speciální textové pole pro každý příklad k uvedení.

U první otázky na příklady online komunikace jsem pracoval se vzorkem od 60 lidí, jelikož jeden člověk nevyplnil odpovídající hodnoty. Celkem těchto 60 participantů vygenerovalo 119 příkladů, které se mi podařilo zakódovat do 3 kategorií, které hned blíže vysvětlím.

#### 3+ příklady - kde, jak a s kým online komunikace probíhala? (N=119), multiple choice

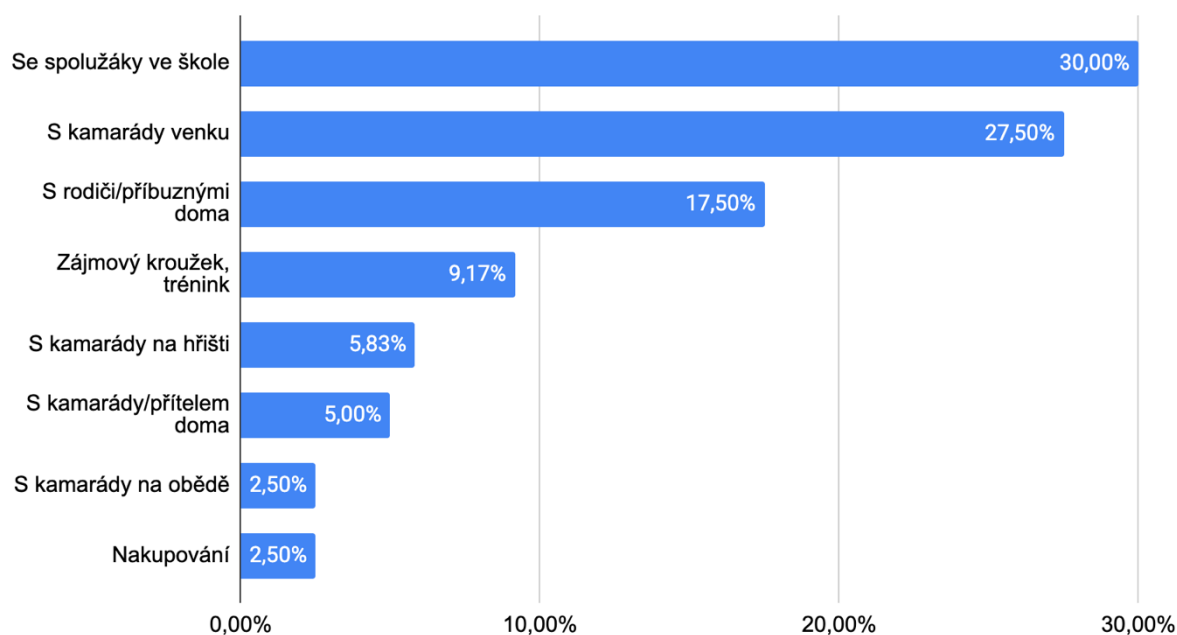


Obrázek č.28 Nejčastější příklady online komunikací

Nejčastěji bylo zmiňované chatování se spolužáky či kamarády na Messengeru, Instagramu či Snapchatu (75,63 % odpovědí), kde Messenger byla nejčastěji zmiňovaná platforma, Instagram byl druhý a Snapchat poslední. Druhou nejčastěji zmiňovanou aktivitou bylo volání s kamarády, nejčastěji přes Discord či Instagram, okrajově přes telefon. Hraní her bylo zmiňováno nejméně (7,56 %) a hráči nejčastěji odkazovali na hry Among Us, League of Legends a Roblox. Nutno taktéž zmínit, že v samotných odpovědích, bylo hraní her často kombinováno s voláním s kamarády přes Discord.

Více diferenciované jsou pak odpovědi na otázku ohledně osobní komunikace, jež zněla: „3+ příklady – kde, jak a s kým osobní komunikace probíhala?“. Odpovědi jsem zpracoval stejným způsobem jako v případě otázky na online. Z odpovědí od 61 participantů, jsem musel vyjmout 5 hodnot, které byly nevyplněné. Celkem jsem tak pracoval se 120 odpověďmi, jenž vytvořilo 56 lidí.

3+ příklady - kde, jak a s kým osobní komunikace probíhala? (N=120), multiple choice



Obrázek č.29 Nejčastější příklady osobních komunikací

Z grafu vidíme, že nejčastěji osobní komunikace probíhala mezi spolužáky ve škole (30,00 %), jelikož v době, kdy sběr dat probíhal, chodili žáci ZŠ Vašatova již do školy. Na druhém místě je pobyt s kamarády venku (27,50 %), zde je trochu škoda, že se participantů málokdy blíže rozešli, na jakých místech byli. Obecně si pod tím ale představme procházky hlavně po městě. Na třetím místě je pak komunikace s rodiči či příbuznými doma (17,50 %), tedy hlavně

rozhovory s rodiči, případně prarodiči. Na dalších místech je pak socializace na kroužcích či sportovních trénincích (9,17 %), na hřišti (5,83 %), s kamarády či partnery doma (5,00 %), na obědech či při nakupování (obě varianty 2,50 %).

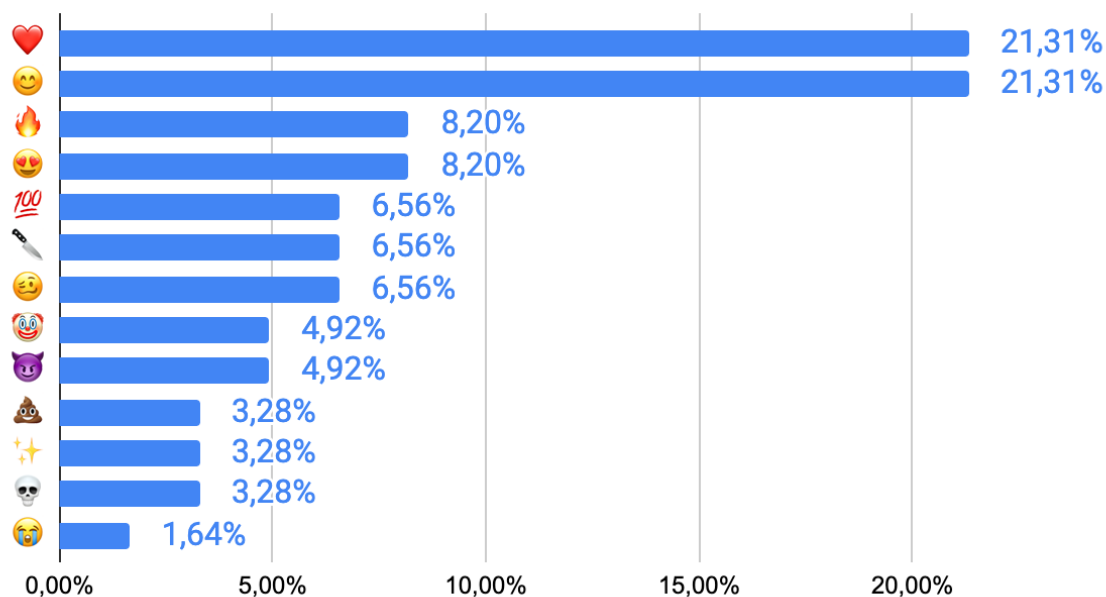
Pokud si to shrneme, tak nejvíce populární a opakující se online aktivity je chatování na platformách Messenger, Instagram či Snapchat. Co se týče osobní komunikace, nejvíce jí probíhá ve škole mezi spolužáky, venku s kamarády nebo s rodiči/příbuznými doma.

#### **10.2.4 indikace 4 – identifikace nejvýraznější komunikace**

Poslední indikací pak byly otázky spojené s nejvýraznější komunikací za daný den. Otázka pro online komunikaci zněla následovně: „Vyber jednu online komunikaci v tento den, která ti utkvěla nejvíce v paměti a vyjádři ji smajlíkem.“ Na tuto otázku pak ještě navazovala doplňující otevřená otázka: „Proč právě tento smajlík vystihuje tvé pocity z této online komunikace?“. Otázky pro osobní komunikaci byly opět identické, abychom mohli online a offline komunikaci mezi sebou porovnávat.

Nejprve jsem vytvořil dvojici „smajlíkových“ analýz, aby bylo vidět, kteří smajlíci byly pro popis nejvýraznějších komunikací voleni nejčastěji. Analýza opět proběhla na vzorku 61 odpovědí, žádná odpověď tentokrát nebyla vyřazena.

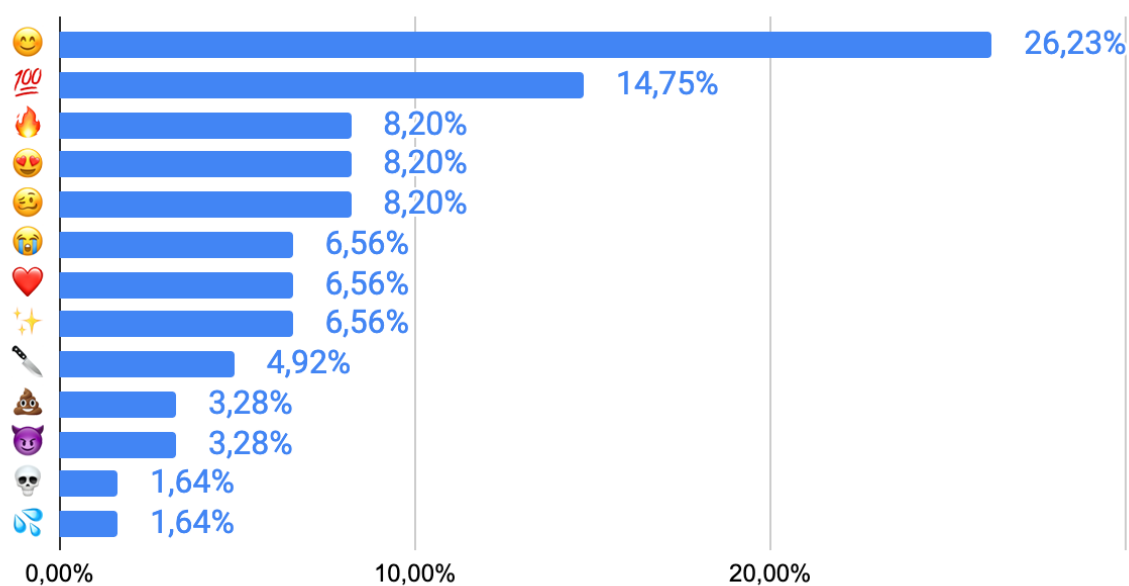
Vyber jednu online komunikaci v tento den, která ti utkvěla nejvíce v paměti a vyjádři ji smajlíkem (N=61)



Obrázek č.30 Frekvence použitých smajlíků pro nejvýraznější online komunikace.

U online komunikace vidíme, že na prvním místě lidé volili ❤️ a 😊 (obě možnosti mají shodných 21,31 %), na druhém místě 🔥 a 😍 (se shodnými 8,20 %) a na třetím místě pak trojice smajlíků 💯, 🔪, 😏 (s 6,56 %).

Vyber jednu osobní komunikaci v tento den, která ti utkvěla nejvíce v paměti a vyjádři ji smajlíkem. (N=61)



*Obrázek č.31 Frekvence použitých smajlíků pro nejvýraznější offline komunikace.*

Pokud se podíváme na graf pro osobní komunikaci, vidíme, že až na třetí místo, zde není takový rozptyl možností. První místo bez námitek ovládl spokojený smajlík 😊 (26,23 %), na druhém místě je 🍷 (14,75 %) a o třetí místo se pak dělí 🔥, 😍 a 😊 (všichni shodných 8,20 %).

Jak již bylo řečeno výše, po výběru správného smajlíka následovala poslední otevřená otázka, která se ptala po důvodech, proč právě tento smajlík vyjadřuje jejich pocity ohledně nejvýraznější komunikace. Nějakou dobu jsem přemýšlel, jak data z této otázky interpretovat a vizualizovat do této práce tak, aby se nevytratil kontext a bylo zde odkazováno na zvolené smajlíky. Přeci jen, zde měli participanti o trochu více na výběr než v jiných otázkách. Nakonec jsem se rozhodl, že nejelegantnějším řešením bude, když zde vytvořím tabulku, která bude odrážet volené smajlíky a u každého se pokusím vystihnout opakující se odpovědi, případně vypíšu citát, pokud odpovědi bylo jen málo. A to jak pro online, tak pro komunikaci tváří v tvář.

❤️	21,31%	Komunikoval/a jsem s někým, koho mám rád/a
😊	21,31%	Komunikoval/a jsem s někým, koho mám rád/a
🔥	8,20%	Nevím, „Už máme něco vymyšlenýho na vyrazko“ „protože jsem necítla tolik únavu jako předešlý den, proto jsem byla schopna komunikovat s dobrou náladou“
😄	8,20%	Komunikace mě těšila „film byl super“ „začal jsem se bavit s člověkem s kterým jsem si dlouho nepsal“
💯	6,56%	Tato komunikace byla nejlepší, mám z ní dobrý pocit
🔪	6,56%	Nestíháme řešit vyřazování ze ZŠ „byla celkem zničující a děsivá“
😬	6,56%	„Protože fotky které jsme vyfotili venku byly trapné😬“ „Nemůžu si psát s nejlepším kamarádem, není všechno ok“ „Bylo to hodně divoké“ „Ani nevím, prostě mi to tak přijde“
😄	4,92%	Byla to zábava
👤	4,92%	Psaní s partnerem, hraní Among Us
💩	3,28%	„nedostali jsme se k tématu“ „vůbec jsem online nekomunikovala“
✨	3,28%	Příjemná konverzace, dobře jsme si popovídali
💀	3,28%	„nuda“ „nevím“
😭	1,64%	„řešili jsme školní věci“

*Tabulka č.4 Frekvence smajlíků a důvody pro jejich použití k popsání nejvýraznějších online komunikací*

26,23%	😊	Byl/a jsem s kamarády a komunikace byla příjemná
14,75%	💯	Komunikace byla zábavná, vydařila se na 100 %
8,20%	🔥	„Bylo to dost ostrý ten dnešek“ „snažila jsem se spolupracovat s ostatními spolužáky při práci co nejvíce“
8,20%	😍	Komunikace s někým, koho mám rád/a
8,20%	😄	„Protože kluci mě stále rozesmívali, ač jsem se jen chtěla najíst... :D“ „bavila jsem se dobře když jsem si povídala s kamarádkou“ „Bylo to fajn“
6,56%	😭	„Při této komunikaci jsem hodně přemýšlela nad jedním zážitkem z minulosti, který pro mě nebyl příjemný“ „protože jsem byla sama“ „protože jsem nikoho neviděla“
6,56%	❤️	Bylo to fajn „strávila jsem s rodinou příjemný čas“ „Mám ráda svoji kamarádku, už jsem ji neviděla dýl, nákupy byly fajn“
6,56%	✨	Bylo to hezké a kouzelné
4,92%	🔪	„Pomlouvali jsme kamarády z jeho třídy když jsme je potkali na zastavce“ „Je toho hodně a nestihám“ „Nevím co si vzít za saty“
3,28%	💩	„necítila jsem se dobře, proto i má komunikace byla dneska špatná“
3,28%	😈	„Je takový vážný a odvážný“
1,64%	💀	„žádná nebyla“
1,64%	💧	„Byli jsme na pítíčku v restauraci“

Tabulka č.5 *Frekvence smajlíků a důvody pro jejich použití k popsání nejvýraznějších osobních komunikací*

Jak můžeme vidět z obou tabulek, nejčastějším narativem nejvýraznějších komunikací je možnost se vidět/komunikovat s někým, koho měli rádi, a to napříč většinou smajlíků a nehladě na to, zda se jedná o online nebo osobní komunikaci.

Je mi trochu líto, že se participantů více nerozepsali o těchto nejvýraznějších komunikacích, analýza by pak mohla být zase o něco bohatší. To pokládám to za jeden z limitů dotazníků.

### 10.3 PhotoVoice

Analýza PhotoVoice proběhla ve dvou rovinách. První rovinou bylo to, že jsem se všechny prezentované fotky snažil zakódovat do odpovídajících kategorií s krátkými popisky a ukládat je do tabulky, jež vypadala zhruba jako takto:

Fotka číslo	Den	Co	S kým	Kde	Jak dlouho
1	Pondělí	Procházka	1 kamarádka	sportoviště, město	2 hodiny
2	Úterý	Návštěva	S bráchou	na bytě	N/A
3	Středa	Návštěva	Bavila se s kamarádem, oc u známých na zahradě		2 hodiny
4	Čtvrtek	Chat	Profesoři	MS Teams	

*Obrázek č.32 Tabulka, do které jsem zapisoval prezentované fotky*

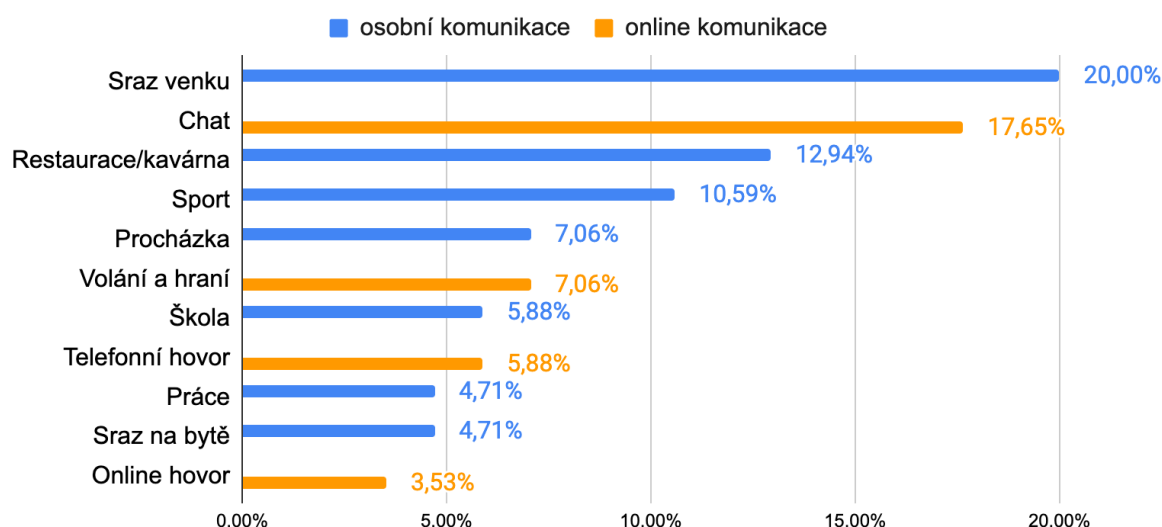
Do tabulky jsem se postupně snažil zanést všechny nasbírané fotky a tuto jejich jednoduchou kategorizaci. Říkal jsem si totiž, že by mohlo být zajímavé data z této jinak kvalitativní metody, zkusit lehce kvantifikovat. Samozřejmě, má to své limity. Jelikož jsem neměl pevně stanovený počet fotek, některý participant fotil více, jiný méně, což může konečné výsledky zkreslovat. Považujme tedy tato data za spíše orientační.

10 participantů mi prezentovalo dohromady 85 fotek, jež se mi podařilo roztrždit do 11 kategorií dle toho, kde komunikace s kamarády/vrstevníky probíhala.

V rychlosti se pokusím všechny kategorie popsat: sraz venku (srazy na hřištích, lavičkách, parcích apod., kdy se po většinu času zůstává na jednom místě), chat (Messenger, Instagram, Discord), restaurace/kavárna (nejčastěji zmiňované zahrádky restauračních zařízení, pokud si někdo jen vyzvedl například jídlo nebo pití z výdejového okénka, počítal jsem to do kategorie „sraz venku“), sport (cvičení v posilovně, běhání), procházka (aktivita, v níž převládá chození v přírodě nebo po městě, výlety), volání a hraní (typicky hraní např. League of Legends, Among Us nebo Counter Strike a volání s kamarády přes Discord), škola (komunikace se spolužáky ve škole), telefonní hovor, práce (komunikace s blízkými pracovními kolegy), sraz na bytě (návštěvy, párty), online hovor (i audio i video, dále jsem to nerozlišoval).



## Nejčastěji focené aktivity (N=85)



Obrázek č.33 Kategorie nejčastěji focených aktivit.

Na grafu výše pak vidíme, která z těchto kategorií aktivit byla zachycená na fotkách nejčastěji. Na prvním místě jsou srazy venku (20,00 %), na druhém pak psaná komunikace přes chat (17,63 %) a na třetím posezení v restauracích/kavárnách a podobných podnicích (12,94 %). Zároveň vidíme, že nejenže je na první místě jedna z aktivit osobní komunikace, ale osobní komunikace je zde vůbec více zastoupena (65,89 % vs. 32,12 %). Pro kontext znovu doplním, že sběr dat pro PhotoVoice probíhal zhruba od poloviny května do konce června 2021, takže v datech už je promítnuto otevření zahrádek restaurací/barů z 17. května 2021 i následné otevření vnitřních prostor těchto podniků 31.května 2021.

Druhou rovinou pak byla analýza kvalitativních dat získaných ze shrnujících rozhovorů, jenž proběhly s každým participantem. Ta proběhla ve stejném duchu jako všechny ostatní kvalitativní analýzy v této práci, tedy psaním shrnujících protokolů z audionahrávek, řazení poznatků dle témat a pak jejich kódování. Takto jsem zpracoval všech 10 individuálních rozhovorů, jejichž délka se pohybovala mezi 30 a 90 minutami.

Nyní zde vypíšu všechny poznatky. Ty znovu řadím dle jejich frekvence a důležitosti, kterou jim přiřadím. Nově je taktéž dělím do 4 barevně odlišených témat: **Online vs. osobní komunikace**, **Validace hypotézy Sherry Turkle**, **Proměny míst komunikace** a **Duševní pohoda**.

Témata až na validaci Sherry Turkle odráží mé výzkumné otázky. Poznatky jsou taktéž doplněny o citace pro lepší kontext a důvěryhodnost.

### **Online vs. osobní komunikace**

**Když si mohou vybrat, upřednostní osobní komunikaci. Je dle nich lepší, plnější a vyžaduje víc soustředění.**

*„Osobně je to úplně jiný. Má z toho člověk úplně jinej pocit. Já jsem hodně společenskej člověk a dokážu si ty chvíle víc užít osobně, takže je to intenzivnější a celkově ta empatie funguje úplně jinak.“*

*„Když s tím člověkem mluvíš face to face, tak se na něj víc soustředíš. Když odpovídáš přes tu platformu, tak to můžeš prostě odbyt. Ale naživo se nad tím zamyslíš a rozvíjíš to.“*

*„Když s někým komunikuješ naživo, tak víš intonaci hlasu, vidíš mimiku obličeje, líp vstřebáváš, co ten člověk chce říct. Nevyložíš si to podle sebe a taky to rozhodně víc prohlubuje vztahy, je to osobnější, příjemnější a člověk si toho taky víc řekne.“*

Znovu se zde taktéž objevilo téma, že osobní komunikace je často mnohem srozumitelnější, protože zde není takový šum v podobě různého výkladu některých výroků či smajlíků. Tento názor se ostatně objevil ve všech použitých kvalitativních metodách.

*„Když mi třeba někdo napíše "hm", tak nevím jaký "hm", jestli přemýšlí, nebo nějaký odměřenější "hm", takže mi to přijde, že se můžem i někdy blbě pochopit. Když je to hlasem, tak je víc poznat tón toho člověka, tak je to lehčí si to představit.“*

**Online komunikaci berou jako dobrou alternativu, když se se svými kamarády nebo blízkými nemohou sejít osobně. Většina ji ale považuje až za svoji 2. volbu, když osobní kontakt není možný.**

*Virtuální vůbec nenahrazuje tu osobní. Virtuální беру nejen přes Covid jako spíš doplněk, že když jsme vyčerpáný přes ten den a každej má školu, svojí práci a takhle, tak jako jo, fajn, ale tu osobní to nenahradí*

**Mladší ročníky dle nich technologie více ovlivňují a vnímají je jako závislejší, včetně online komunikace.**

Toto je velmi zajímavé. Narativ „během našeho dětství jsme běhali venku, dnešní děti jen sedí u technologií“ se totiž objevoval jak u skupinky 16letých, se kterými jsem mluvil na Discordu, tak i u participantů, kterým bylo cca 22-23 let během individuálních rozhovorů. A to vlastně bez větších rozdílů. Kdo je tedy ta ztracená generace, jenž tráví dětství jen u obrazovek? Toto téma by si rozhodně zasloužilo větší prozkoumání.

*„Už zapomínáme, jak se bavit osobně. Když jdu venku a vidím vedle sebe děvčata, řekněme ještě náct, tak sedí vedle sebe tři a všechny čumí do telefonu a málokdy se baví mezi sebou“*

Znovu taktéž zazněly narážky na negativní dopad sociálních sítí na pozitivní obraz sebe sama.

*„Já těm mladším dneska nezávidím. Holčám i klukům. Samozřejmě Instagram, všichni vypadají perfektně, mají perfektní životy a strašně to těm lidem pak leze na mozek.“*

*„Když moderně komunikujeme, na Instagramu, na Facebooku, Tik Toku a tak dál. Je to i můj případ, že tam ukazujeme vysmáté tváře a barevný svět, ale nemusí to být vždy pravda“*

### **Validace hypotézy Sherry Turkle**

Zde jen připomenou, že jsem se během rozhovorů ptal na to, jak vnímají lidi, kteří upřednostňují psanou online komunikaci před osobní komunikací či hovory z toho důvodu, že jim dává možnost si své odpovědi lépe promyslet, nereagovat hned apod. Toto jsou jedny z témat, o kterých hovoří ve své knize Sherry Turkle, více případně na straně 65, kde se tomu více věnuji.

**Pro většinu je psaná komunikace s blízkými neautentická a mají raději osobní komunikaci, kde se musí reagovat spontánně a není čas na strategické promýšlení odpovědí.**

*„Chápu to promýšlení odpovědi. Ale na jednu stranu je to taková taktičnost a nepřirozenost. Většinou když mluvíš naživo, tak řekneš, co si opravdu myslíš a chceš říct, zatímco když to promýšlíš tak...jako jo, strategicky je to určitě lepší, ale nevím, nelíbí se mi to tolik“*

*„Nevidíš, jak se ten člověk tváří, nevíš, co u toho dělá. Ta neverbální komunikace komunikace je taky důležitá. A zároveň i ten člověk nebude reagovat tak autenticky, právě z toho důvodu, že má čas se nad tím zamyslet. 10 minut odepsat a 10 minut přemejšlet, jak správně odpovědět. A to není ta prvotní reakce, co by normálně měl“*

**Pokud si mají vybrat mezi hovorem (bez videa) a psáním, jejich preference jsou smíšené. Někteří si jsou jistější v psané komunikaci, jiní v mluvené.**

*„Radši píšu, než volám. Můžeš si to rozmyslet, než to odešleš. Nemusíš odepisovat hned, přečteš si to, až budeš mít čas. Až budeš mít čas za 5-10 minut, tak to odešleš, ten telefon musíš řešit teď hned a ne úplně vždycky mám čas zvědat telefony“*

*„Mám radši volání než psaní. Když je třeba něco důležitějšího, tak u toho volání z člověka vypadne to první, co ho napadne. Musíš reagovat hned prostě.“*

*„V té psané formě je čas na tu odpověď. Můžu si promyslet, jak to chci formulovat, nějaký složitější otázky. V přímé komunikaci je jasně vidět, že se jeden zamyslel a vymýšlí tu odpověď, ale když je to po tom telefonu, tak je to takový divný tam ta pauza. A taky mám tendenci mít telefonáty spíš krátký, vyřídit to a položit“*

**Většina je si jistější v psané komunikaci s lidmi mimo své blízké nebo s lidmi, které tolik neznají.**

*„Když mám komunikovat s někým a není to rodina nebo známý, tak se taky jistým způsobem na tu konverzaci připravuji.“*

*„Většinou si radši píšu s lidma, který ještě třeba moc neznám. Když jsme ještě v takový seznamovací fázi. Radši si s nima píšu, právě proto, že nemůžou vzniknout nějaký trapný pauzy, kdy si nemáme co říct. Tak se prostě odhlásím nebo to můžu víc promyslet. Ale až se potom víc*

*seznámíme a zjistíme třeba, že si máme co říct a tak, tak jsem radši, když mluvíme normálně osobně. Ale při tom seznamování jsem si jistější takhle virtuálně“*

**Někteří neradi telefonují, protože se bojí, že něco pokazí a nevidí, jak na ně druhá strana reaguje.**

*„Jednu dobu jsem nesnášela telefonovat, protože jsem neviděla, jak na mě ten člověk reaguje. Takže jsem třeba radši psala e-maily. A třeba jsem nesnášela objednávání jídla přes telefon. Musela jsem se na to třeba půl hodinu připravit, že tam budu volat. Měla jsem paniku z toho, že něco zkazím nebo řeknu špatně, ale pak jsem si v čase uvědomila, že je totálně jedno, že nejsi první ani poslední člověk, co zvorál objednávku nebo řekl nashledanou místo dobrý den. Jednu dobu jsem takhle s hovorama přes telefon měla problém, no.“*

### **Proměny míst komunikace**

**Osobní setkávání po restauracích, barech či klubech nejčastěji nahradily procházky, srazy na bytech či společné hraní videoher.**

Během rozhovorů, když měli participanti zpětně reflektovat, jak pandemie proměnila místa jejich komunikace, byly nejčastěji zmiňovány právě procházky a výlety do přírody.

*„Začali jsme chodit na výlety. Protože se nedalo nic jiného dělat a mě to hrozně chybělo“*  
*Normálně by šli do nějaký deskový čajovny nebo kavárny nebo v bytě“*

*„Když se nikam nemohlo, tak jsem vzala kamarády a šli jsme na dlouhou procházku, šli jsme se projít do Prahy. Když by všechno nebylo zavřený, tak bychom si šli někam sednout na kafe nebo na víno“.*

*„Jak bylo všechno zavřený, tak jsme si víc navykli na výlety do přírody. Já jsem vždycky chodila ráda ven, ale tím jak nebyly ty jiný možnosti, tak jsem asi začla chodit víc ven, no.“*

Velmi často pak bylo zmiňované i scházení se na bytech.

*„Dřív to byly třeba bary, nebo o víkendu to byly hlavně bary a restaurace. Že jsme si šli sednout na pivo, nebo byla vyloženě nějaká párty, nebo jsme šli do kina. Tak to prostě zmizelo s tím Covidem, že pak to bylo vždycky u někoho doma. Kolikrát jsme šli na nějaký vejlet v hnusným počasí, což si myslím, že by se před Covidem nestalo.“*

*„Covid hodně změnil místa, kde se setkáváme. Samozřejmě předtím jsme chodili do restaurací hodně, to bylo normální, že jsme se zvedli a šli jsme na jídlo do restaurace, nebo takhle do kavárny, do čajovny. To neexistovalo za tu dobu Covidu, že jo. Buď byly nějaký tady ty Covid parties, který byly takový veřejný tajemství, že jo. Se lidi strašně divili, že je takovejch čísel a tohleto se dělo. To si vem, že já jsem tady na tom byla jenom dvakrát, jo. Ale jsou lidi, co tohle dělali třeba každé tři dny, a bylo tam třeba 20 lidí na těch bytech. Já to vím, protože jsem viděla fotky nebo jsem to slyšela.“*

A v neposlední řadě byly v menší míře i zmiňovány videohry a jejich společné hraní s kamarády doplněné o volání (nejčastěji přes platformu Discord). Pro některé to byla aktivita, kterou před pandemií nedělali.

*„Scházeli jsme se, kde to šlo. I když byl ten kontakt omezený, že se lidi neměli vůbec vídat, tak ze začátku, když ty opatření byli čerstvý, tak jsme to řešili tak, že jsme hráli nějakou hru, často (Among Us) jsme u toho i volali, ale pak víceméně jsme se furt scházeli, no“*

*„Hra je fajn, na to odreagování, ale spíš to máme kvůli tomu pokecu. I přes koronu to takhle bylo fajn, když jsme se nevidali“*

*„Za ten půl rok jsem začala používat hodně Discord, tam prostě hrajeme ty hry a voláme tam“*

**Někteří se taktéž více setkávali s přáteli alespoň pomocí videohovorů, ty však nepovažují za optimální.**

*„Dávali jsme si online srazy. Ale ve dvou to jde, to se ještě člověk dokáže zastavit. Ale tři lidi už je moc, to se lidi pak různě překřikují a ono to pak není slyšet přes ten videohovor. Já jsem je chtěla vidět, proto jsem do toho šla, ale nedělala jsem to s radostí“*

*„Párkrát jsme si zavolali s lidma, třeba v 5, 4. Ale úplně fajn to nebylo, protože zaprvý, zpoždění, ty lidi se překřikují, nemůžeš mluvit, když druhý mluví“*

**Chyběla škola jako místo pro osobní komunikaci a setkávání s vrstevníky a učiteli. Distanční výuka tuto funkci nijak nenahradila.**

*„Ty přímý přednášky učitelů, to je prostě lepší. V tom minulým jaře, jak to prostě padlo a spousta učitelů se na to prostě vykašlala nebo poslala jenom nějaký zadání v e-mailu, tak to chybělo, nějaký přednášky, nějaký kontakt s učitelem. I kvůli tomu, to moje studium teď tak stagnuje, protože jsem se od toho úplně odřízla.“*

*„Když je člověk ve škole, tak jsem měla pocit, že jsem se víc soustředila na tu přednášku, když byla osobně. A jednak se tam vytvářejí vazby, které člověk potřebuje do budoucnosti nebo současnosti. Někdo se s někým seznámí, nebo jen to, že mezi přednáškami jdeme na oběd do bufetu, už jen to je pozitivní.“*

### **Duševní pohoda**

**Odříznutí od sociálních kontaktů u většiny způsobilo úzkostné stavy. Někteří se díky tomu cítí nepříjemně, když se teď mají pohybovat mezi větší koncentrací lidí.**

*„Dřív jsem byla zvyklá být s lidma pořád. Teď jak jsme byli doma, tak jsem byla doma sama a vídala se jenom s pár kamarádama a na ostatní lidi jsem si úplně odvykla. A když jsem pak jela třeba autobusem kde byli i ostatní lidi, tak jsem cítila takovou jako...úzkost až možná bych řekla, až mi to bylo nepříjemný“*

*„Mělo to na mě velkej dopad, bych řekla. Dřív jsem byla zvyklá trávit hodně času mezi lidma, teď když jsem mezi lidma tak cítím takovou úzkost a je mi to nepříjemný bejt mezi lidma teď, většinou“*

*„Když jsem mezi moc lidma, tak mě to stresuje víc než dřív. Už jsem si moc zvykla bejt sama, a tak nikam moc nechodit.“*

*„Cítil jsem větší úzkostlivost, protože jsem společenskej člověk, co to potřebuje. Ten nedostatek tam byl určitě znát, na nějaký psychický nepohodě. Zvlášť, když jsem byl student, kterej nechodil do školy ani do práce, tak tam nešlo jenom o kontakt s vrstevníky, ale vlastně s lidma obecně.“*

*„Když jsem doma, tak už na mě všechno padá. Často vycházím, že mě to vede k tomu, že musím běžet, abych ze sebe dostala ten nahromaděnej stres, tu frustraci, že je člověk zavřenej.“*

*„Ze začátku to byl šok, pak jsem si na to postupně zvykla a teď ke konci, jak už to bylo opravdu dlouhý, tak to na mě začlo hodně padat. Tu druhou vlnu jsem přibrala asi 13 kilo, protože zaháním stres a hlavu jídlem.“*

**Díky lockdownům si začali více vážit možnosti vidět se se svými blízkými osobně. Neberou to již jako samozřejmost.**

*„Nevím, jestli jsem s třeba začla víc vážit toho, že se můžeme takhle vidat. Ono stačilo, že byl člověk v karanténě pár dní a jenom ten pocit toho, že člověk něco nemůže, takže mu pak hned dojde, že je rád, že může. Že to není taková samozřejmost.“*

*„Po tý karanténě určitě ta osobní (komunikace). Začala jsem si víc vážit toho osobního kontaktu. Myslím, že nám všem dala ta korona takovou lekci, každému asi v jiným směru. Ale já jsem si uvědomila, že jsou věci, okamžiky, který jsou prostě lepší, když je prožiješ naživo. Protože jsme lidi a tu komunikaci vnímáme všema různýma smysly.“*

*„Když jsem nemohla, tak jsem si uvědomila, jak mi to chybí, takže toho využívám víc“*

## **11 Závěr a diskuse**

Aby bylo možné zodpovědět, zda tato práce splnila svých cílů, vkládám zde mnou definované výzkumné otázky, jež se v této kapitole budu snažit zodpovědět pomocí poznatků, které jsem sesbíral. Po zodpovězení výzkumných otázek se přesunu ke krátké diskusi, kde porovnáím výsledky s dostupnou literaturou a výzkumy.

**Proměnily se komunikační kanály Generace Z během pandemie?**



Ano. Nejvýrazněji hlavně během distanční výuky a tvrdých lockdownů, kdy osobní kontakt byl nemožný nebo výrazně ztížen a mladí hledali alternativy, jak zůstat v kontaktu se svými blízkými i přes nemožnost využívat dříve dostupných míst, komunikačních kanálů jako byly především místa služeb typu restaurace, bary, čajovny apod.

### **Jaké kanály to jsou a jak jsou substituovány?**

Osobní setkávání po restauracích, barech či klubech nejčastěji nahradily procházky či setkávání venku, srazy na bytech a společné hraní videoher. Někteří se taktéž více setkávali s přáteli pomocí videohovorů. Videohovory však nepovažovali za optimální, jelikož jsou orientovány spíše na 1:1 komunikaci než na skupinové hovory, kde může vznikat nepříjemná latence zvuku či přenosu, nemožnost debatu dynamicky štěpit na menší skupinky apod.

O školu, coby jedno z fyzických míst, kde probíhala převážně osobní komunikace, přišla většina příslušníků generace Z s přechodem na distanční výuku. Ta však školu jako místo pro komunikaci a setkávání nahradila pouze částečně a v některých případech ne zcela ideálně. Kontakt se spolužáky se tak u leckterých zpretrhal či vzhledem k dalším okolnostem vymizel úplně (škola v jiném městě než bydliště, odstěhování mimo domov apod.)

### **Jak participantů tuto novou zkušenost vnímají s ohledem na své duševní zdraví?**

Ano a bohužel negativní ve většině případů. Odříznutí od sociálních kontaktů u většiny způsobilo úzkostné stavy a pocity osamocení. Nejčastěji se ve výpovědích objevovalo, že někteří z nich se nyní cítí nepříjemně, když se mají pohybovat mezi větší koncentrací lidí (například v MHD, barech, na ulici a podobně).

S postupným rozvolňováním se duševní stav většiny zlepšuje. Pandemie je taktéž dovedla k uvědomění, že osobní kontakt s blízkými nemusí být samozřejmostí, začali si tak osobní komunikace více vážit. Mnozí se taktéž začali se svými blízkými scházet díky tomu častěji než před pandemií.

**Nad rámec výzkumných otázek pak došlo k dalším zjištěním, které doplňují celkový kontext zkoumaného tématu. Uvádím výběr těch, které vnímám jako zajímavé nebo důležité:**

Pokud si zástupci generace Z mohou vybrat, dávají v drtivé většině přednost osobní komunikaci se svými blízkými. V deníkových studiích vyšlo, že zhruba 15 % bylo taktéž celkově s osobní komunikací spokojenějších než s online komunikací. Osobní komunikace je oblíbenější a dle nich samotných i plnější, autentičtější.

Online komunikace je nejčastěji až 2. volbou, když osobní setkání není možné či daný člověk bydlí příliš daleko. Nejčastěji je řešena ve formě psaného chatu, hovorů (jak video, tak klasických), či společného hraní videoher. Mladí mají online komunikaci rádi hlavně pro její rychlost a možnost téměř okamžitého propojení s lidmi, které chtějí kontaktovat. Psaná komunikace má pro některé i tu výhodu, že si při ní mohou své odpovědi lépe promyslet a není nutné komunikovat „tady a teď“ jako během osobní komunikace nebo telefonního hovoru. Většina však systematické promýšlení odpovědí nemá ráda a raději preferuje řešení věcí osobně nebo alespoň po telefonu. Mezi nejčastější kritiky online komunikace patří především její neautenticita (spojená s psáním a promýšlením odpovědí) a rozporuplná interpretace smajlíků či některých výroků způsobená především absencí tónu hlasu, mimiky – to sice mohou částečně řešit například hlasové zprávy či zapnutí kamer během online hovoru, ale ani takto pro většinu není online komunikace úplná a odpovídající náhrada té osobní.

Zajímavé je taktéž téma telefonních hovorů, ke kterým měli participanté ve výzkumu často smíšené názory. Některým vyhovují, jiní je nemají rádi, protože nevidí reakce druhé strany. U většiny se však ukázalo, že s neznámými lidmi preferují psanou komunikaci před osobním setkáním či telefonním hovorem.

Zajímavé pak bylo i zjištění, že někteří vnímají mladší zástupce generace Z jako závislejší na technologiích a zároveň ovlivnitelnější sociálními sítěmi a obsahem, který je na nich prezentován. Tento názor se opakoval jak u mladších, tak starších příslušníků generace Z a rozhodně by stál za další výzkum.

## 11.1 Diskuse

Závěry, ke kterým docházím vychází převážně z kvalitativních metod jsou v tomto stavu hypotézy, které by správně chtěly ověřit řádným kvantitativním výzkum na reprezentativním a statisticky významném vzorku lidí z generace Z. Ačkoliv byl tento výzkum realizován kombinací metod, aby byly výsledky co nejméně zkreslené nevýhodami určité metodologie, pořád vyjadřují jen názory určitých vzorků a nejsou tak zobecnitelné pro celou populaci generace Z u nás.

Tuto práci vnímám především jako prvotní vstup do tématu komunikačních kanálů generace Z během pandemie a pilot metody PhotoVoice, která je u nás používána velice zřídka.

Oba tyto cíle práce se mi podařilo splnit a práce tak snad bude přínosem. Mezi její potenciální přínosy řadím hlavně fakt, že výzkumy a literatura ohledně pandemie a mladých jsou stále velice limitované. Pakliže se někdo komunikačními kanály zabýval, často to bohužel končilo jen u frekvencí využívání konkrétních sociálních sítí a aplikací. Jen málo výzkumů se zabývalo tím, čím ztracené kanály generace Z nahrazuje, či jak se ohledně toho cítí do větší hloubky. Nejblíže k tomu měl asi loňský výzkum britské agentury Ofcom, který zmiňoval především nárůst využívání videohovorů, hraní her a pocity osamocení od blízkých sociálních kontaktů (2020). V mém výzkumu se nepotvrdily ani obecné depresivní myšlenky autorů Turkle (2017) a Twenge (2018), kteří tvrdí, že mladí se čím dál méně scházejí osobně a ve větší míře preferují online a nejlépe psanou komunikaci, aby si své zprávy mohli lépe rozmyslet a nebyli v reálné konverzaci moc pod tlakem. Dle mých zjištění valná většina generace Z stále preferuje osobní setkávání a prožívání věcí naživo a pandemie tuto touhu po reálných prožitcích v některých případech spíše umocnila.

Největším limitem práce pak je, že během sbírání dat došlo k několika rozvolněním pandemických opatření (návrat do základních škol, otevření zahrádek restaurací/barů a pak i vnitřních prostor), které ovlivnily sbíraná data a výpovědi respondentů. Většina dat tak byla sesbírána během probíhajícího rozvolňování, a nikoliv během tvrdých lockdownů, které do větší míry trvaly do dubna 2021.

## 12 Limity práce

Mezi největší limit výzkumu řadím postupné rozvolňování, které nejvíce ovlivnilo data PhotoVoice, jelikož během sběru dat už byly otevřené zahrádky restaurací/barů (k 17.5. 2021) a ke konci května i vnitřní prostory těchto podniků. Jelikož se však jednalo o vládní opatření, nemohl jsem tuto skutečnost nijak sám ovlivnit (vyjma tedy možnosti napsat tuto práci dříve).

Co jsem však ovlivnit mohl, byl výběr participantů pro metodu PhotoVoice. Vzorek byl silně genderově nevyvážený (metody se účastnil pouze 1 muž) a objevovalo se v něm až mnoho lidí ve věku 22-23, tedy ve věku na hranici mezi generací Z a předchozí generací Mileniálů. Tohoto limitu jsem si byl vědom, ale bohužel jsem neměl dostatek času ani prostředků k přesvědčení mladších participantů pro účast v metodě PhotoVoice.

Posledním limitem je pak možná chybějící zamyšlení nad tím, zda americká definice generace Z a vymezení jejích věkových hranic, odráží středoevropskou realitu v Česku. Vymezení generací nejčastěji stojí na americké literatuře a studiích a často je ovlivněno kontextem amerických dějin a tamními událostmi, jako rozšíření osobních počítačů či internetu. Dá se ale předpokládat, že například tyto události byly v našem kontextu často opožděné kvůli vládě komunistického režimu, což by teoreticky mohlo znamenat i posunutí hranic pro vymezení generace Z. K tomuto tématu se mi však nepodařilo najít dostatek zdrojů a literatury.

## 13 Doporučení pro další výzkum

Ke zkoumání je toho stále spousta. Tento výzkum by měl být ideálně doplněn o kvantitativní výzkum, jenž by ověřil mé hypotézy na reprezentativním vzorku populace generace Z. Také vnímám, že telefonování a jeho (ne)obliba mezi mladými by mohlo být zajímavým tématem pro další výzkum. Osobně pak vidím velký potenciál v otázce, proč jak mladší, tak starší zástupci generace Z, vidí mladší zástupce své generace jako závislejší na technologiích, zranitelnější vůči vlivu sociálních sítí a zároveň okradené o dětství strávené mezi vrstevníky. Velmi by mne zajímalo, kde se tato „ztracená generace“ vyskytuje, jelikož mne se ji identifikovat nepodařilo.

Pakliže by někdo chtěl pokračovat v tomto výzkumu, nemám problém s poskytnutím všech anonymizovaných dat a vizualizací. To samé platí i pro případné zájemce o více informací o

metodě PhotoVoice a případně dalších doporučení, jak ji ve svém výzkumu aplikovat. Kontaktovat mě můžete na e-mailové adrese: [filip.stochl94@gmail.com](mailto:filip.stochl94@gmail.com).

## 14 Seznam literatury

AHMED, Niaz. Generation Z's smartphone and social media usage: A survey. *Journalism and mass communication*, 2019, 9.3: 101-122.

ANDERSON, Monica a Jingjing JIANG. Teens, Social Media & Technology 2018 [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>

BOYD, Danah. It's complicated: The social lives of networked teens. Yale University Press, 2014.

BRIGGS, Tracy. Generation Anxiety: From social media to school shootings, what is making Gen Z'ers so anxious? [online]. 2020 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.mitchellrepublic.com/lifestyle/health/4854186-Generation-Anxiety-From-social-media-to-school-shootings-what-is-making-Gen-Zers-so-anxious>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Informační společnost v číslech - 2020 [online]. 2020 [cit. 2021-02-14]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-spolecnost-v-cislech-2020>

DELL TECHNOLOGIES. Gen Z is here. Are you ready? [online]. 2020 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.delltechnologies.com/cs-cz/perspectives/gen-z.htm>

DEMKOWICZ, O., et al. Teenagers' Experiences of Life in Lockdown: The TELL study briefing. 2020.

EUROSTAT. Being young in Europe today - digital world [online]. 2020 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being\\_young\\_in\\_Europe\\_today\\_-\\_digital\\_world](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today_-_digital_world)

GCK. State of Gen Z 2018 [online]. 2018 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://genhq.com/wp-content/uploads/2018/10/State-of-Gen-Z-2018.pdf>

GREEN, Dennis. [online]. 2020, 2019 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/gen-z-struggles-always-connected-online-2019-7>

GREEN, Dennis. The most popular social media platforms with Gen Z [online]. [cit. 2021-02-14]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/gen-z-loves-snapchat-instagram-and-youtube-social-media-2019-6>

FLAHERTY, Kim. Diary Studies: Understanding Long-Term User Behavior and Experiences. In: Nielsen Norman Group [online]. 2016 [cit. 2021-03-24]. Dostupné z: <https://www.nngroup.com/articles/diary-studies/>

HALE, Lauren, et al. Youth screen media habits and sleep: sleep-friendly screen behavior recommendations for clinicians, educators, and parents. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics*, 2018, 27.2: 229-245.

HARVARD HEALTH LETTER. Blue light has a dark side [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.health.harvard.edu/staying-healthy/blue-light-has-a-dark-side>

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Portál, sro, 2005.

IGIELNIK, Kim Parker and Ruth. What We Know About Gen Z So Far. [online]. 19 October 2020. [Accessed 23 January 2021]. Available from: <https://www.pewsocialtrends.org/essay/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far/#fnref-28453-1>

LANGE, Alexandra. Where the Teens Are Hanging Out in Quarantine [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-11-24/teens-lead-the-way-in-adapting-to-online-public-space>

LENHART, Amanda. Teens, Technology and Friendships [online]. 2015 [cit. 2021-02-14]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>

Lerner, R. M., & Steinberg, L. (2009). Handbook of adolescent psychology, contextual influences on adolescent development. New York, NY: John Wiley & Sons.

LONGHURST, Robyn. Semi-structured interviews and focus groups. Key methods in geography, 2003, 3.2: 143-156.

MADORE, Kevin P., et al. Memory failure predicted by attention lapsing and media multitasking. *Nature*, 2020, 587.7832: 87-91.

MARTEL, L. a F. MÉNANRD. Generations in Canada [online]. 2020, 2011 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: [https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/as-sa/98-311-x/98-311-x2011003\\_2-eng.pdf](https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/as-sa/98-311-x/98-311-x2011003_2-eng.pdf)

PALLEY, W. Gen Z: Digital in their DNA [online]. 2012 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: [http://www.jwtintelligence.com/wpcontent/uploads/2012/04/F\\_INTERNAL\\_Gen\\_Z\\_0418122.pdf](http://www.jwtintelligence.com/wpcontent/uploads/2012/04/F_INTERNAL_Gen_Z_0418122.pdf)

PANCANI, Luca, et al. Forced social isolation and mental health: A study on 1006 Italians under COVID-19 quarantine. 2020.

PEW RESEARCH CENTER. Mobile Fact Sheet [online]. 2019 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/mobile/#smartphone-dependency-over-time>

REICHEL, Jiří. Kapitoly metodologie sociálních výzkumů. Grada Publishing as, 2009.

ROBLOX. 62% of Teens on Roblox Say Online Conversations With Real-Life Friends Are Top Pandemic Priority [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://corp.roblox.com/2020/06/62-teens-roblox-say-online-conversations-real-life-friends-top-pandemic-priority/>

SANJAY, Satviki. Why Does Gen Z Use Emojis So Weirdly? [online]. 1.10.2021 [cit. 2021-6-23]. Dostupné z: <https://www.vice.com/en/article/7kpngb/gen-z-young-people-use-emojis-differently-than-millennials>

SEEMILLER, Corey; GRACE, Meghan. Generation Z goes to college. John Wiley & Sons, 2016.

SEGIJN, Claire M., et al. Insight into everyday media use with multiple screens. *International Journal of Advertising*, 2017, 36.5: 779-797.

SHIN, Myoungju; LINKE, Astrid; KEMPS, Eva. Moderate amounts of media multitasking are associated with optimal task performance and minimal mind wandering. *Computers in Human Behavior*, 2020, 111: 106422.

SUTTON-BROWN, Camille A. Photovoice: A methodological guide. *Photography and Culture*, 2014, 7.2: 169-185.

SULTANA, Abida, et al. Digital screen time during the COVID-19 pandemic: a public health concern. *F1000Research*, 2021, 10.81: 81.

TURKLE, Sherry. Alone together: why we expect more from technology and less from each other / Sherry Turkle. 2011. ISBN 9780465010219.

TWENG, Jean M. iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy--and completely unprepared for adulthood--and what that means for the rest of us. Simon and Schuster, 2017.

UNCAPHER, Melina R., et al. Media multitasking and cognitive, psychological, neural, and learning differences. *Pediatrics*, 2017, 140.Supplement 2: S62-S66

VOGELS, Emily A. *Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life* [online]. 2020, 2019 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/>

ITO, Mizuko. Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media. The MIT Press, 2013.

WARNA, Emily. Zillennials: The Generation Nobody Talks About [online]. 24.8.2019 [cit. 2021-7-2]. Dostupné z: <https://medium.com/@emilywarn/zillennials-the-generation-nobody-talks-about-590286278e3>

WANG, Caroline C. Photovoice: A participatory action research strategy applied to women's health. *Journal of women's health*, 1999, 8.2: 185-192.

What Makes "Generation Z" So Different? | Harry Beard | TEDxAstonUniversity. In: Youtube [online]. 04.09.2019 [cit. 2021-01-26]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=qyCn3APagy>. Kanál uživatele TEDx Talks.

ZHANG, Yan; WILDEMUTH, Barbara M. Unstructured interviews. Applications of social research methods to questions in information and library science, 2009, 222-231.